



UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería**

**SÍLABO POR COMPETENCIAS**

**I) DATOS GENERALES:**

<b>1.1 ASIGNATURA</b>	: Gestión de productos turísticos
<b>1.2 CÓDIGO DE LA ASIGNATURA</b>	: <b>44351</b>
<b>1.3. REQUISITO</b>	: 44253
<b>1.4 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL</b>	: Gestión en Turismo y Hotelería
<b>1.5 DEPART. ACADÉMICO</b>	: Administración y Gestión
<b>1.6 CRÉDITOS</b>	: 03 Créditos
<b>1.7 N° DE HORAS</b>	: 04 Horas
<b>HORAS TEORÍA</b>	: 02 Horas
<b>HORAS PRÁCTICA</b>	: 02 Horas
<b>1.8 PLAN DE ESTUDIOS</b>	: Plan N°01 por competencias.
<b>1.9 AÑO Y SEM. ACADÉMICO</b>	: 2018-I
<b>1.10 CICLO</b>	: VI A
<b>1.10 PROFESOR DEL CURSO</b>	: Lic. Lucía Panta Sifuentes
<b>1.11 COLEGIATURA</b>	: CLT N° 018
<b>1.12 E-mail</b>	:Lpantasifuentes@gmail.com

**II) DESCRIPCIÓN Y SUMILLA DEL CURSO**

El curso tiene como finalidad desarrollar en el estudiante la capacidad de crear productos turísticos aprovechando las ventajas comparativas para modernizarse sincréticamente, reconociendo los valores de su entorno geográfico, social, económico y cultural. Contiene el estudio del desarrollo científico y tecnológico, los procesos de cambios, la modernización. Estudio de la complejidad de los turistas actuales. Planeación y evolución de productos que brindan posibilidad de desarrollo personal y grupal. La calidad total y la inteligencia en el proceso productivo del turismo. Valores y objetivos de la comunidad local. La interculturalidad, la globalización y el turismo.

La asignatura está organizada en las siguientes unidades didácticas:

UNIDAD I: MANUAL DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS.  
UNIDAD II: DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.  
UNIDAD III: DIFUSIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO  
UNIDAD IV: PAQUETES TURÍSTICOS

### III) COMPETENCIA GENERAL DEL CURSO

El estudiante al concluir el desarrollo de las unidades temáticas, adquirirá las siguientes competencias:

- a. Identificar un nuevo producto turístico.
- b. Profundizar en los atributos del producto como elementos diferenciadores del mismo.
- c. Comprender la importancia de la orientación estratégica de la empresa en el éxito de innovar.

### IV) CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>SEMANAS</b>
<b>UNIDAD I</b>	Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, y para ello es necesario identificar y aprovechar plenamente el potencial de los recursos turísticos, por lo que se hace necesario <b>Conocer</b> la importancia del inventario de recursos turísticos y <b>Desarrollar</b> críticamente las dos fases que componen el inventario: Categorización y Jerarquización.	<b>Manual de Inventario de Recursos Turísticos.</b>	<b>1 - 4</b>
<b>UNIDAD II</b>	Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Esta labor permite <b>Conocer</b> la potencialidad turística, las necesidades y deseos de los turistas para <b>Identificar</b> los niveles del producto turístico, y <b>Desarrollar y Gestionar</b> nuevos productos turísticos con sus respectivas marcas.	<b>Desarrollo de Producto Turístico</b>	<b>5 - 8</b>
<b>UNIDAD III</b>	El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico, por consiguiente el alumno debe <b>Conocer</b> la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe <b>Desarrollar</b> de forma crítica y realista e <b>Implementar</b> las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico.	<b>Difusión del producto turístico</b>	<b>9 - 12</b>
<b>UNIDAD IV</b>	La comercialización del producto turístico se da a través del <b>Diseño y Elaboración</b> de paquetes turísticos innovadores, el mismo que consolida elementos como:	<b>Paquetes turísticos</b>	<b>13 - 16</b>

	atractivos turísticos, servicios, infraestructura y conectividad, y que se comercializará en el mercado turístico a un precio único.		
--	--	--	--

v) **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

<b>SEMANA</b>	<b>INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO</b>
<b>1</b>	Conoce la importancia del inventario nacional de recursos turísticos
<b>2</b>	Desarrolla la fase I del inventario de recursos turísticos: categorización.
<b>3</b>	Desarrolla la fase II del inventario de recursos turísticos: jerarquización.
<b>4</b>	Elabora el inventario de un recurso turístico de la localidad.
<b>5</b>	Conoce las necesidades y deseos de los turistas
<b>6</b>	Desarrolla los niveles del producto turístico
<b>7</b>	Conoce la creación y gestión de la marca territorio.
<b>8</b>	Desarrolla y Gestiona un nuevo producto turístico
<b>9</b>	Conoce la estrategia de promoción turística
<b>10</b>	Identifica las estrategias de comunicación turística apropiada para el producto desarrollado.
<b>11</b>	Desarrolla el plan de promoción turística para el nuevo producto turístico.
<b>12</b>	Implementa el plan de promoción turística en nuevo producto turístico.
<b>13</b>	Diseña propuestas para paquetes turísticos innovadores
<b>14</b>	Elabora los paquetes turísticos innovadores.
<b>15</b>	Organiza un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.
<b>16</b>	Expone los resultados de la proceso de comercialización del paquete turístico.

VI) DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.

Unidad Didáctica I: MANUAL DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I:</b> Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, y para ello es necesario identificar y aprovechar plenamente el potencial de los recursos turísticos, por lo que se hace necesario <b>Conocer</b> la importancia del inventario de recursos turísticos y <b>Desarrollar</b> críticamente las dos fases que componen el inventario: Categorización y Jerarquización.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	1. Concepto y características del producto turístico.	<b>Estudiar</b> la bibliografía seleccionada sobre Inventario Nacional de Recursos Turísticos. <b>Comparar</b> casos sobre recursos turísticos inventariados. <b>Debatir</b> las diferencias entre recurso turístico, inventario turístico y producto turístico. <b>Identificar</b> diferencias conceptuales.	<b>Debatir</b> críticamente la diferencias entre recurso turístico, atractivo turístico y producto turístico. <b>Participar</b> activamente en cada caso presentado en el estudiante participar activamente en el desarrollo del inventario de recursos turísticos.	<b>Exposición</b> académica de casuísticas nacionales  <b>Lectura</b> de textos  <b>Análisis</b> de casos	<b>Conoce</b> la importancia del inventario nacional de recursos turísticos.  <b>Desarrolla</b> la fase I del inventario de recursos turísticos: categorización.  <b>Desarrolla</b> la fase II del inventario de recursos turísticos: jerarquización.  <b>Elabora</b> el inventario de un recurso turístico de la localidad.
	2	2. Componentes del producto turístico				
	3	3. Inventario de Recursos Turísticos				
	4	4. Fases del inventario de recursos turísticos - fase I y fase II.				
5	5. Comparación entre destino, producto turístico, recurso y atractivo turístico.					
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>						
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>			<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
Evaluación escrita y oral de la unidad			Entrega de casos investigados basados en la realidad nacional de manera individual.  Fija tema de estudios para su desarrollo		Conoce analiza y debate la importancia del inventario de recursos turísticos.	

Unidad Didáctica II: DESARROLLO DE PRODUCTO TURÍSTICO	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II:</b> Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Esta labor permite <b>Conocer</b> la potencialidad turística, las necesidades y deseos de los turistas para <b>Identificar</b> los niveles del producto turístico, y <b>Desarrollar y Gestionar</b> nuevos productos turísticos con sus respectivas marcas.					
	<b>Semana</b>	<b>Contenidos</b>			<b>Estrategia didáctica</b>	<b>Indicadores de logro de la capacidad</b>
		<b>Conceptual</b>	<b>Procedimental</b>	<b>Actitudinal</b>		
	5	1. El producto turístico y sus componentes	<b>Estudiar</b> la bibliografía seleccionada sobre producto turístico y marketing.	<b>Analizar</b> críticamente los niveles y ciclo del producto turístico.	<b>Exposición</b> académica de casuísticas nacionales	<b>Conoce</b> las necesidades y deseos de los turistas.
	6	2. Las necesidades y deseos de los turistas.	<b>Comparar</b> casos sobre productos turísticos nacionales e internacionales.	<b>Participar</b> activamente en cada caso presentado	<b>Lectura</b> de textos sobre marketing.	<b>Desarrolla</b> los niveles del producto turístico
	7	3. Los niveles del producto turístico.	<b>Exponer</b> los productos turísticos desarrollados.	<b>Generar</b> espacios para participar activamente en el desarrollo de productos turísticos	<b>Análisis</b> de casos de productos turísticos nacionales e internacionales.	<b>Conoce</b> la creación y gestión de la marca territorio.
	8	4. El ciclo de vida del producto turístico.	<b>Desarrollar</b> críticamente marca para los destinos turísticos.			<b>Desarrolla</b> y Gestiona un nuevo producto turístico
	5. Características del producto turístico peruano.					
	6. Uso de la marca en destinos turísticos.					
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>						
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>			<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
Evaluación escrita y oral de la unidad			Busca información del distrito para proponer el desarrollo de un nuevo producto turístico.  Visita in situ de la localidad para constatar la realidad del distrito y proponer estrategias realistas.		Presenta la propuesta de un nuevo producto turístico.	

Unidad Didáctica III: DIFUSIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III:</b> El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico, por consiguiente el alumno debe <b>Conocer</b> la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe <b>Desarrollar</b> de forma crítica y realista e <b>Implementar</b> las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico.					
	<b>Semana</b>	<b>Contenidos</b>			<b>Estrategia didáctica</b>	<b>Indicadores de logro de la capacidad</b>
		<b>Conceptual</b>	<b>Procedimental</b>	<b>Actitudinal</b>		
	9	1. El Producto turístico y la promoción en el mercado nacional e internacional.	<b>Analizar</b> los medios adecuados para la promoción del producto turístico.	<b>Participar</b> críticamente sobre los medios adecuados para la promoción del producto turístico.	<b>Revisión</b> de material de promoción turística.	<b>Conoce</b> la estrategia de promoción turística
	10	2. Estrategias de promoción turística del producto.	<b>Reunir</b> información sobre material promocional.			
	11	3. Diseño y tipos de materiales para la promoción de los productos turísticos.	<b>Analizar</b> los diferentes materiales de promoción organizados por PromPerú y Agencias de viajes.	<b>Debatir</b> los distintos medios utilizados para la promoción turística.	<b>Analizar</b> los medios utilizados para la difusión del producto turístico.	<b>Identifica</b> las estrategias de comunicación turística apropiada para el producto desarrollado.
	12					
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>						
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>			<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
Prueba escrita y oral de la unidad didáctica.			Entrega del plan de promoción turística		Fundamenta la propuesta de plan de promoción turística.	

<b>Unidad Didáctica IV: PAQUETES TURÍSTICOS</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:</b> La comercialización del producto turístico se da a través del <b>Diseño y Elaboración</b> de paquetes turísticos innovadores, el mismo que consolida elementos como: atractivos turísticos, servicios, infraestructura y conectividad, y que se comercializará en el mercado turístico a un precio único.					
	<b>Semana</b>	<b>Contenidos</b>			<b>Estrategia didáctica</b>	<b>Indicadores de logro de la capacidad</b>
		<b>Conceptual</b>	<b>Procedimental</b>	<b>Actitudinal</b>		
	13	<p>1. Las agencias de viajes y su rol en la comercialización de los paquetes turísticos.</p> <p>2. Elaboración de paquetes turísticos.</p> <p>3. Organización de un workshop para la presentación del paquete turístico.</p>	<p><b>Identificar</b> los procesos adecuados para la elaboración del paquete turístico.</p> <p><b>Diseñar</b> creativamente un innovador paquete turístico.</p>	<p><b>Usar</b> adecuadamente las fases de la elaboración del paquete turístico.</p> <p><b>Organizar</b> el workshop para la presentación del paquete turístico.</p> <p><b>Exponer</b> en público los paquetes turísticos.</p>	<p><b>Exposición</b> oral y documentada de temas de la unidad.</p> <p><b>Presentación</b> de los trabajos de investigación.</p> <p><b>Uso</b> de herramientas y técnicas del esquema de planificación.</p>	<p><b>Diseña</b> propuestas para paquetes turísticos innovadores</p> <p><b>Elabora</b> los paquetes turísticos innovadores.</p> <p><b>Organiza</b> un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.</p> <p><b>Expone</b> los resultados de la proceso de comercialización del paquete turístico.</p>
	14					
	15					
	16					
	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>					
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>			<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
Evaluación escrita y oral de la unidad didáctica.			Entrega del trabajo de investigación según el esquema brindado.		Aprende y comprende a través de los trabajos de investigación y de la experiencia en campo.	

## **MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.**

- ✓ Separatas
- ✓ Libros
- ✓ Plataformas informáticas
- ✓ Proyector multimedia.
- ✓ Materiales audiovisuales.
- ✓ Informes periodísticos.
- ✓ Pizarra, plumones.

### **VII) EVALUACIÓN**

La evaluación se realizará por Unidad Didáctica. Consiste en verificar y calificar al estudiante las evidencias de conocimiento, producto y desempeño.

<b>UNIDADES</b>	<b>EVIDENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
I, II, III, IV	De conocimiento	30	0.30	Cuestionario
	De producto	30	0.30	Tabla de escala valorativa
	De desempeño	40	0.40	Tabla de escala valorativa
	TOTAL	100%	1.00	

El promedio de cada unidad será resultante de la siguiente fórmula:

$$\text{PFUD} = \text{EC (0.30)} + \text{EP (0.30)} + \text{ED (0.40)}$$

El promedio final de la asignatura se determinará aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{PF} = \text{PUD1 (0.25)} + \text{PUD2 (0.25)} + \text{PUD3 (0.25)} + \text{PUD4 (0.25)}$$

### **VIII) BIBLIOGRAFÍA.**

#### ***Unidad I***

Manual del inventario de recursos turísticos, fase: categorización y jerarquización.

#### ***Unidad II***

Medina-Aguerreberre, Pablo (2014). Marca y comunicación empresarial (1er edición digital). Barcelona: Editorial UOC.

Ojeda D., Mármol P. (2016). Marketing turístico (2 da edición). Madrid: Paraninfo S.A.

#### ***Unidad III y IV***

Acerenza, Miguel Ángel (2010). Agencia de viajes: operación y plan de negocios.

Fernandez, Carmen y Blanco, Ana (2003). Producción y ventas de servicios turísticos en agencia de viajes.

Jiménez Abad, Carlos (2006). Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes.

Lane Keller, Kevin (2008). Administración Estratégica de Marca.

**Huacho, abril 2018**

.....  
**Lic. Lucía Panta Sifuentes**  
**Docente del Curso.**