****

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

**SÍLABO POR COMPETENCIAS**

1. **DATOS GENERALES:**

**1.1 ASIGNATURA** :Productos Turísticos Inteligentes

**1.2 CÓDIGO DE LA ASIGNATURA : 44854**

**1.4 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL** **:** Gestión en Turismo y Hotelería

**1.5 DEPART. ACADÉMICO** **:** Administración y Gestión

**1.6 CRÉDITOS** **:** 03 Créditos

**1.7 Nº DE HORAS** : 04 Horas

**HORAS TEORÍA** : 02 Horas

**HORAS PRÁCTICA** : 02 Horas

**1.8** **PLAN DE ESTUDIOS** : Plan Nº03 por objetivos

**1.9**  **AÑO Y SEM. ACADÉMICO :** 2018-I

**1.10 CICLO** : VI A

**1.10 PROFESOR DEL CURSO :** Lic. Lucía Panta Sifuentes

**1.11 COLEGIATURA** : CLT Nº 018

**1.12 E-mail** :Lpantasifuentes@gmail.com

1. **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

1. **COMPETENCIA GENERAL DEL CURSO**

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

1. Identificar un nuevo producto turístico.
2. Profundizar en los atributos del producto como elementos diferenciadores del mismo.
3. Comprender la importancia de la orientación estratégica de la empresa en el éxito de innovar.
4. **CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | **NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | **SEMANAS** |
| **UNIDAD**  **I** | 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 **Conocer** la importancia del inventario de recursos turísticos y **Desarrollar** críticamente las dos fases que componen el inventario: Categorización y Jerarquización. | **Manual de Inventario de Recursos Turísticos.** | **1 - 4** |
| **UNIDAD II** | Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Esta labor permite **Conocer** la potencialidad turística, las necesidades y deseos de los turistas para **Identificar** los niveles del producto turístico, y **Desarrollar y Gestionar** nuevos productos turísticos con sus respectivas marcas. | **Desarrollo de Producto Turístico** | **5 - 8** |
| **UNIDAD**  **III** | 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 **Conocer** la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe **Desarrollar** de forma crítica y realista e **Implementar** las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico. | **Difusión del producto turístico** | **9 - 12** |
| **UNIDAD**  **IV** | La comercialización del producto turístico se da a través del **Diseño y Elaboración** 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. | **Paquetes turísticos** | **13 - 16** |

1. **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

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

1. **DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I:*** 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 **Conocer** la importancia del inventario de recursos turísticos y **Desarrollar** 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  2  3  4 | 1. Concepto y características del producto turístico. 2. Componentes del producto turístico 3. Inventario de Recursos Turísticos 4. Fases del inventario de recursos turísticos - fase I y fase II. 5. Comparación entre destino, producto turístico, recurso y atractivo turístico. | **Estudiar** la bibliografía seleccionada sobre Inventario Nacional de Recursos Turísticos.  **Comparar** casos sobre recursos turísticos inventariados.  **Debatir** las diferencias entre recurso turístico, inventario turístico y producto turístico.  **Identificar** diferencias conceptuales. | **Debatir** críticamente la diferencias entre recurso turístico, atractivo turístico y producto turístico.  **Participar** activamente en cada caso presentado  **Propiciar** en el estudiante participar activamente en el desarrollo del inventario de recursos turísticos. | **Exposición** académica de casuísticas nacionales  **Lectura** de textos  **Análisis** de casos | **Conoce** la importancia del inventario nacional de recursos turísticos.  **Desarrolla** la fase I del inventario de recursos turísticos: categorización.  **Desarrolla** la fase II del inventario de recursos turísticos: jerarquización.  **Elabora** el inventario de un recurso turístico de la localidad. |
| **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| 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 I: MANUAL DE INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS**

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

**Unidad Didáctica III: DIFUSIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III:*** 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 **Conocer** la estrategia de promoción y sus instrumentos, cuyo resultado se plasmará en un plan de promoción que el alumno debe **Desarrollar** de forma crítica y realista e **Implementar** las estrategias en el lugar donde se desarrolló el producto turístico. | | | | | |
| **Semana** | **Contenidos** | | | **Estrategia didáctica** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 9  10  11  12 | 1. El Producto turístico y la promoción en el mercado nacional e internacional. 2. Estrategias de promoción turística del producto. 3. Diseño y tipos de materiales para la promoción de los productos turísticos. 4. Elaboración del plan de promoción turística. | **Analizar** los medios adecuados para la promoción del producto turístico.  **Reunir** información sobre material promocional.  **Analizar** los diferentes materiales de promoción organizados por PromPerú y Agencias de viajes.  **Realiza** el plan de promoción turística. | **Participar** críticamente sobre los medios adecuados para la promoción del producto turístico.  **Debatir** los distintos medios utilizados para la promoción turística.  **Comparar** los planes de promoción turística. | **Revisión** de material de promoción turística.  **Analizar** los medios utilizados para la difusión del producto turístico.  **Exposición** de planes de promoción turística | **Conoce** la estrategia de promoción turística  **Identifica** las estrategias de comunicación turística apropiada para el producto desarrollado.  **Desarrolla** el plan de promoción turística para el nuevo producto turístico.  **Implementa** el plan de promoción turística en nuevo producto turístico. |
| **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| Prueba escrita y oral de la unidad didáctica. | | Entrega del plan de promoción turística | | Fundamenta la propuesta de plan de promoción turística. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | ***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:*** La comercialización del producto turístico se da a través del **Diseño y Elaboración** 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. | | | | | |
| **Semana** | **Contenidos** | | | **Estrategia didáctica** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 13  14  15  16 | 1. Las agencias de viajes y su rol en la comercialización de los paquetes turísticos. 2. Elaboración de paquetes turísticos. 3. Organización de un workshop para la presentación del paquete turístico. | **Identificar** los procesos adecuados para la elaboración del paquete turístico.  **Diseñar** creativamente un innovador paquete turístico. | **Usar** adecuadamente las fases de la elaboración del paquete turístico.  **Organizar** el workshop para la presentación del paquete turístico.  **Exponer** en público los paquetes turísticos. | **Exposición** oral y documentada de temas de la unidad.  **Presentación** de los trabajos de investigación.  **Uso** de herramientas y técnicas del esquema de planificación. | **Diseña** propuestas para paquetes turísticos innovadores  **Elabora** los paquetes turísticos innovadores.  **Organiza** un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.  **Expone** los resultados de la proceso de comercialización del paquete turístico. |
| **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| 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. |

**Unidad Didáctica IV: PAQUETES TURÍSTICOS**

**MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.**

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

1. **EVALUACIÓN**

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **UNIDADES** | **EVIDENCIAS** | **PORCENTAJE** | **PONDERACIÓN** | **INSTRUMENTOS** |
| 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:

**PFUD = EC (0.30) + EP (0.30) + ED (0.40)**

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

**PF = PUD1 (0.25) + PUD2 (0.25) + PUD3 (0.25) + PUD4 (0.25)**

1. **BIBLIOGRAFÍA.**

***Unidad I***

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

***Unidad II***

Medina-Aguerrebere, 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.**