

SÍLABO

ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN NO PRESENCIAL

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	Producto Turístico
2. Código	THG 501
3. Naturaleza	Teórico/práctico
4. Condición	Obligatorio
5. Requisitos	THG401 Conservación del patrimonio
6. Nro. de créditos	2
7. Nro. de horas	4 horas (virtuales)
8. Semestre Académico	2021 - I
9. Docente:	Morán Escobar Luis Alberto
10. Correo Institucional	Luis.moran@urp.edu.pe

II. SUMILLA

El curso pertenece al área formación profesional especializada en la línea de Turismo, es de naturaleza teórico-práctica y de carácter obligatorio. Abarca el estudio del producto turístico, los canales para su distribución, consideraciones a tener en cuenta al lanzarlo al mercado, así como también la identificación y elaboración de circuitos turísticos como base para ofertar y presentar el producto turístico. Afianza los conocimientos en cuanto a bienes y servicios turísticos que constituyen la base para planificar, elaborar y comercializar productos turísticos. Comprende: Producto turístico; Calidad y distribución de los productos turísticos; Análisis del producto turístico.

III. COMPETENCIA GENÉRICA A LA QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Pensamiento crítico y creativo
Autoaprendizaje

IV. COMPETENCIA ESPECÍFICA A LA QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Aprovechar los conocimientos generales sobre las diferentes ramas del turismo, el hotelería y la gastronomía, así como de administración, aspectos cuantitativos y cualitativos, control y toma decisiones contables y financieras, investigación, mercadotecnia, inversiones y economía; dominio de la informática aplicada, y de idiomas extranjeros.

Analizar los componentes del sistema turístico, su desarrollo evolutivo, así como su problemática en el ámbito sociocultural, político, económico y natural, a fin de proponer alternativas de solución o políticas de desarrollo y fomento para el sector.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN(X) RESPONSABILIDAD (X)

VI. LOGRO DE ASIGNATURA

Al finalizar el curso el estudiante elabora una propuesta de producto turístico en un departamento del Perú tomando en cuenta los pasos correspondientes para su diseño, implementación y comercialización, con sentido lógico, coherente y creativo.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: EL PRODUCTO TURÍSTICO	
LOGRO DE APRENDIZAJE:	Al finalizar la unidad el estudiante presenta un informe de los principales productos turísticos por región de estudio usando los componentes correspondientes demostrando creatividad y precisión.
SEMANAS	CONTENIDOS
1	Conceptualización Características Componentes Presentación a la venta del producto turístico
2	Condiciones que debe reunir el producto turístico Clasificación del producto turístico Circuitos El servicio y el marketing Verdades básicas del mercadeo Importancia del servicio al cliente turísticos Clasificación
3	Pasos a considerar para su elaboración Aplicación El itinerario
4	Los viajes como un producto Mercado de viajes Vendedores de viajes PRIMERA EVALUACIÓN

UNIDAD II: CALIDAD Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	
LOGRO DE APRENDIZAJE:	Al finalizar la unidad el estudiante redacta estrategias para la distribución del producto turístico, considerando proceso adecuados de calidad en distribución, demostrando claridad y precisión.
SEMANAS	CONTENIDOS

5	<ul style="list-style-type: none"> • La Calidad del producto turístico • Calidad total en el ámbito del turismo
6	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos de la calidad • Canales de distribución del producto turístico.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones. Estrategias. Tipos • Canales de distribución clásicos
8	SEGUNDAEVALUACIÓN

UNIDAD III: EL CLIENTE Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

LOGRO DE APRENDIZAJE:	Al finalizar la unidad el estudiante elabora un programa turístico de un lugar turístico en el departamento de Lima, tomando en cuenta el proceso de producción y demostrando claridad y precisión.
SEMANAS	CONTENIDOS
9	<ul style="list-style-type: none"> • El cliente • Características • Perfil del cliente de hoy
10	<ul style="list-style-type: none"> • Momentos de verdad • Proceso de producción
11	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto e importancia del precio • La fijación de precios
12	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen y marca turística • Decisión de compra • Nuevos enfoques
	TERCERA EVALUACIÓN

UNIDAD IV: ANÁLISIS DEL PRODUCTO TURÍSTICO PERUANO

LOGRO DE APRENDIZAJE:	Al finalizar la unidad el estudiante sustenta la creación de un nuevo producto turístico en un departamento del Perú demostrando los procedimientos establecidos.
SEMANAS	CONTENIDOS
13	<ul style="list-style-type: none"> • Perú, Ejemplo de país multiproducto
14	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de productos turísticos peruanos
15	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos destinos turísticos
16	CUARTA EVALUACIÓN

17	EVALUACIÓN SUSTITUTORIA
----	-------------------------

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos
 - Técnica: Exposición dialogada, Lluvia de ideas
 - Recursos didácticos: PPT, guía, ejercicios virtuales, videos
 - Recursos materiales: Equipo multimedia, computadora, pizarra, plumones
- Método de casos
 - Técnica: Clase maestra, Lluvia de ideas, casos
 - Recursos didácticos: PPT, guía, ejercicios virtuales, videos
 - Recursos materiales: Equipo multimedia, computadora, pizarra, plumones.

IX. MOMENTOS DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE VIRTUAL

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

Antes de la sesión

Exploración: preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros.

Problematización: conflicto cognitivo de la unidad, otros.

Durante la sesión

Motivación: bienvenida y presentación del curso, otros.

Presentación: PPT en forma colaborativa, otros.

Práctica: resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

Después de la sesión

Evaluación de la unidad: presentación del producto.

Extensión / Transferencia: presentación en digital de la resolución individual de un problema.

X. EVALUACIÓN

UNIDAD	Criterio	Indicador	INSTRUMENTOS
I	Presenta un informe de los principales productos turísticos por región	Información de los atractivos y su facilitación turística	Rúbrica de evaluación
II	Redacta estrategias para la distribución del producto turístico,	Lista de estrategias para trabajar con canales de distribución	Rúbrica de evaluación
III	Elabora un programa	Programa turístico	Rúbrica de evaluación

	turístico de un lugar turístico en el departamento de Lima		
IV	Sustenta la creación de un nuevo producto turístico	Exposición de la propuesta de un producto turístico.	Rúbrica de evaluación y entrega del proyecto a la institución designada

FÓRMULA DE EVALUACIÓN

$$(PR1+PR2+PR3+PR4+PR5) / 4$$

PRA 1 = Promedio de los trabajos de investigación dejados, más la nota de la práctica calificada del contenido de la 1ra. Unidad – El Producto turístico.

PRA 2 = Promedio de los trabajos de investigación dejados, más la nota de la práctica calificada del contenido de la 2da. Unidad – Calidad y distribución de los productos turísticos.

PRA 3 = Promedio de los trabajos de investigación dejados, más la nota de la práctica calificada del contenido de la 3ra. Unidad – El cliente y el proceso de producción de programas turísticos.

PRA 4 = Promedio de los trabajos de investigación dejados, más la nota de la práctica calificada del contenido de la 4ta. Unidad – Análisis del producto turístico peruano.

PRA 5 = Evolución sustitutoria

XI. REFERENCIAS

Básicas

- Romero, M (2018). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Primera edición. España: IC Editorial. Recuperado de https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/125733?fs_q=producto%20tur%C3%ADstico&prev=fs
- González, P (2016). *Diseño de productos y servicios turísticos*. La Rioja: Editorial Tutor Formación. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/44216?fs_q=producto%20tur%C3%ADstico&prev=fs&page=2
- Pérez, M (2016). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos*. Primera edición. España: IC Editorial. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/44528?fs_q=producto%20tur%C3%ADstico&prev=fs&page=3
- Ruano, C (2012). *Diseño de productos y servicios turísticos locales: promoción turística local e información al visitante*. Primera edición. España: INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN, S.L. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/54340?fs_q=producto%20tur%C3%ADstico&prev=fs&page=4
- Campesino, A (2014). *Turismo de Frontera (III). Productos turísticos de la Raya ibérica*. España: Universidad de Huelva Publicaciones. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/102021?fs_q=producto%20tur%C3%ADstico&prev=fs&page=6
- Begazo, J (2002). *Megatendencias del turismo en el tercer milenio*. Tercera edición. Lima: San Marcos
- Cárdenas, F. (1999). *Producto turístico*. México DF: Trillas.
- Chan, N (1984). *Circuitos turísticos*. Segunda edición. Buenos Aires: Librerías turísticas Cultural S.A.
- Foster, D (1994). *Ventas y mercadotecnia para el profesional del turismo*. Primera edición. México DF: Mc graw-

hill.

Cárdenas, F(1999). *Segmentación del mercado turístico*. México DF: Trillas.

Complementarias

Comisión de promoción del Perú. (2009). Perfil del Turista extranjero 2009. Recuperado de www.promperu.gob.pe.

Comisión de promoción del Perú. (2009). *Perfil del Vacacionista Nacional*. Recuperado de www.promperu.gob.pe.