



SILABO

NUEVOS CIRCUITOS TURISTICOS

I. DATOS INFORMATIVOS

| | | |
|---------------------------|---|---|
| 1.1. Código | : | 062530 |
| 1.2. Ciclo | : | V |
| 1.3. Créditos | : | 4 |
| 1.4. Área curricular | : | Formación Profesional |
| 1.5. Condición | : | Obligatoria |
| 1.6. Semestre Académico | : | 2017 – I |
| 1.7. Duración | : | 16 semanas: 96 horas |
| 1.8. Horas semanales | : | 6 HT: 3 HP: 3 |
| 1.9. Requisitos | : | Geografía Universal |
| 1.10 Facultad | : | Ciencias Administrativas |
| 1.11. Escuela Profesional | : | Administración de Turismo |
| 1.12. Profesores | : | Comisión Académica |
| 1.13. Texto Básico | : | Seminario, Mara (2012). País Multidestino. Lima Perú: Santillana S.A. |

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito de dotar del conocimiento y las técnicas que permitan aprovechar los recursos turísticos naturales y culturales de las diferentes regiones; buscando diseñar y programar rutas no tradicionales y alcanzando un manejo fluido de los elementos que componen los distintos paisajes de nuestro país.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Destinos Turísticos. II. Productos Turísticos. III. Inventario de Recursos Turísticos. IV. Circuitos Turísticos.

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Aplica las técnicas para la elaboración de nuevos circuitos turísticos, conociendo la dinámica de sus elementos basados en los productos y destinos turísticos.

IV. CAPACIDADES

-)] Crea nuevos circuitos turísticos a nivel local, regional y nacional, en función de las demandas de los clientes.
-)] Combina los diferentes elementos y características que conforman el producto turístico tomando en cuenta los destinos turísticos.
-)] Utiliza la metodología de elaboración del Inventario turístico, para ser utilizado en la confección del producto turístico.
-)] Crea nuevos circuitos turísticos a nivel local, regional y nacional, considerando las demandas al negocio.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

| UNIDAD I: DESTINOS TURISTICOS | | | | |
|---|--|---|-----------------------------------|-------|
| CAPACIDAD: Crea nuevos circuitos turísticos a nivel local, regional y nacional, en función de las demandas de los clientes. | | | | |
| Semana | Actitudes | | Estrategias de Aprendizaje | Horas |
| |)] Apertura a la innovación)] Disposición por aprender | | | |
| | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | | |
| 1 | Turismo, Ocio y Tiempo Libre | Reconocer los aspectos conceptuales integrantes del turismo sostenible. | Análisis documental bibliográfico | 2 |
| | | | Clase magistral | 2 |
| 2 | Marco conceptual de Destinos Turísticos | Conceptualizar los elementos básicos para el conocimiento de los destinos turísticos. | Aprendizaje virtual | 2 |
| | | | Estudio de casos | 2 |
| 3 | Imagen y Posicionamiento de Destinos Turísticos | Aplicar la política en el marketing de destinos turísticos. | Discusión en grupos pequeños | 2 |
| | | | Mapas conceptuales | 2 |

| | | | | |
|---|----------------------------------|---|---------------------------------------|---|
| 4 | Destinos Turísticos Competitivos | Comparación de modelos de competencia de otros destinos | Demostración | 2 |
| | | | Aplicación de criterios e indicadores | 2 |
| Referencias: | | | | |
|) Miguel Angel Acerenza. 2000 Competitividad de los Destinos Turísticos. México, Editorial Trillas. | | | | |
|) Enrique Bigne, 2000 Marketing de Destinos Turísticos. España. Editorial Esic. | | | | |
|) www. Promperu.gob.pe | | | | |

| UNIDAD II: PRODUCTOS TURISTICOS | | | | |
|--|---|---|---------------------------------------|-------|
| CAPACIDAD: Combina los diferentes elementos y características que conforman el producto turístico tomando en cuenta los destinos turísticos. | | | | |
| Semana | Actitudes | | Estrategias de Aprendizaje | Horas |
| |) Innovación y creatividad) Preservación del medio ambiente | | | |
| | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | | |
| 5 | Marco conceptual del Producto Turístico | Destacar los atributos y características del producto turístico | Aplicación de criterios e indicadores | 2 |
| | | | Demostración | 2 |
| 6 | Proceso de desarrollo del Producto Turístico | Nombrar las directrices para la estructura del producto y segmentación del mercado. | Exposición problemática | 2 |
| | | | Estudio de casos | 2 |
| 7 | Acciones para el diseño de producto. | Explicar las estrategias para desarrollar la oferta competitiva. | Clase magistral | 2 |
| | | | Consideración de estándares | 2 |
| 8 | Repaso | | Técnicas participativas | 2 |
| | Evaluación Parcial | | Técnicas participativas | 2 |
| Referencias: | | | | |
|) Cardenas Tabares Fabio, 2004 Producto Turístico, México. Editorial Trillas | | | | |
|) Milio Balanza Isabel. 2004, Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. España. Editorial Paraninfo. | | | | |
|) www. Worldtourism.org. | | | | |

| UNIDAD III: INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS | | | | |
|---|---|--|---------------------------------------|-------|
| CAPACIDAD: Utiliza la metodología de elaboración del Inventario turístico, para ser utilizado en la confección del producto turístico | | | | |
| Semana | Actitudes | | Estrategias de Aprendizaje | Horas |
| |) Participación activa) Trabajo en equipo | | | |
| | Contenidos Conceptuales | Contenidos Procedimentales | | |
| 9 | Marco conceptual del Inventario de Recursos Turísticos. | Explicar los objetivos y metodología del inventario. | Consideración de estándares | 2 |
| | | | Aplicación de criterios e indicadores | 2 |
| 10 | Levantamiento de información de los recursos turísticos | Aplicación de la clasificación de los recursos turísticos | Análisis documental bibliográfico | 2 |
| | | | Demostración | 2 |
| 11 | Proceso de evaluación de recursos turísticos | Jerarquización y valoración de recursos | Aplicación de criterios e indicadores | 2 |
| | | | Método personalizado | 2 |
| 12 | Procedimientos para el fichado de recursos turísticos. | Aplicación de criterios de selección de los recursos turísticos. | Taller | 2 |
| | | | Trabajo en equipo | 2 |
| Referencias: | | | | |
|) MINCETUR. 2006 Manual para la formulación del Inventario de recursos turísticos a nivel nacional. | | | | |
|) mincetur.gob.pe | | | | |

| UNIDAD IV: CIRCUITOS TURISTICOS | | | | |
|---|--|----------------------|-----------------------------------|-------|
| CAPACIDAD: Crea nuevos circuitos turísticos a nivel local, regional y nacional, considerando las demandas al negocio. | | | | |
| Semana | Actitudes | | Estrategias de Aprendizaje | Horas |
| | Contenidos Conceptuales | | | |
| 13 | Marco conceptual de Circuitos turísticos | | Clase magistral | 2 |
| | | | Análisis documental bibliográfico | 2 |
| 14 | Clases de Centros turísticos | | Dinámica de grupos | 2 |
| | | | Estudio de casos | 2 |
| 15 | Elaboración y ordenamiento de circuitos turísticos | Exposición grupal | Inducción | 1 |
| | | | Mapas conceptuales | 1 |
| | Modelos de Nuevos circuitos turísticos peruanos | Exposición grupal | Técnicas participativas | 1 |
| | | | Técnicas de concientización | 1 |
| 16 | Repaso general | Participación activa | Demostración | 2 |
| | Examen Final | | Demostración | 2 |
| Referencias:) Chan Nelida 2005. Circuitos Turísticos, Programación y Cotización. BsAs Editorial Librerías Turísticas) Walter H. Wust. 2009 Viajes con estilo. Lima, Ediciones y gráficas Biblos.) Gonzalo de Reparaz. Guías Turísticas del Perú. Lima. Promperu.) Guías Turísticas de AFP Integra. Prima. Toyota.) http://badatur.turismo.usmp.edu.pe | | | | |

VI. METODOLOGÍA

6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- Clase magistral
- Exposición problémica
- Demostración
- Inducción

6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- Dinámicas de Sensibilización
- Estudio de casos
- Dinámica de Grupos
- Solución de problemas

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- Equipos informáticos
- Fuentes de información
- Multimedia
- Manual de asignatura

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente Tabla:

| Evaluación Académicas | Peso |
|-----------------------|----------|
| Prueba de entrada | Sin nota |
| Evaluación de Proceso | 60% |
| Examen Parcial | 20% |
| Examen Final | 20% |

- Antes: prueba de entrada.-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- Durante: Evaluación de Proceso.- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- Examen: Parcial y Final.- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

9.1. Fuentes bibliográficas

- J Acerenza Miguel Angel. 2001. Competitividad de los Destinos Turísticos, Mexico. Editorial Trillas
- J Bigne, Enrique 2000. "Marketing de Destinos Turísticos" Esic Editorial.
- J Chan Nelida. "Circuitos Turísticos, Programación, y Cotización"
- J Librerías Turísticas, Buenos Aires Argentina
- J Cárdenas Tabares, Fabio. "Producto Turístico". Ed. Trillas, México 1999
- J Díaz Beatriz. 2011. Diseño de Productos Turísticos. España. Editorial Síntesis.
- J Montaner Montejano. "Estructura del Mercado Turístico". Ed. Síntesis, España 1994
- J "Manual del Perú como Producto Turístico Internacional". PROMPERU, 2000
- J "Manual de Programas Turísticos". Edición Viceministerio de Turismo, 2006
- J Manual de Actividades Turísticas". PROMPERU, 2006
- J Milio Balanza Isabel. "Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales". Ed. Paraninfo, España, 2004
- J Joseph Frances Valls. "Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles". Ed. Gestión, 2004
- J Enrique Bigne. "Marketing de Destinos Turísticos" Esic Ed. 2000
- J "Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel Nacional". Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, MINCETUR, 2006
- J Seminario Mara. 2012. País Multidestino. Lima. Editorial Santillana S.A.
- J Walter H. Wust. 2009. Viajes con Estilo. Lima. Editorial Ediciones y Gráfica Biblos.

9.2. Fuentes hemerográficas

- J Guías Turísticas del Perú. Editoriales AFP PRIMA, TOYOTA, INTEGRA.
- J Diario El Comercio "Vamos"

9.3. Fuentes electrónicas

- J www.mincetur.gob.pe Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- J www.promperu.gob.pe Promperu
- J www.world-tourism.org Organización Mundial del Turismo