



## 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	:	2018 – 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	
	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
<b>Referencias:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miguel Angel Acerenza. 2000 Competitividad de los Destinos Turísticos. México, Editorial Trillas.</li> <li>• Enrique Bigne, 2000 Marketing de Destinos Turísticos. España. Editorial Esic.</li> <li>• www. Promperu.gob.pe</li> </ul>				

<b>UNIDAD II: PRODUCTOS TURISTICOS</b>				
<b>CAPACIDAD:</b> Combina los diferentes elementos y características que conforman el producto turístico tomando en cuenta los destinos turísticos.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
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 problémica	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
<b>Referencias:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cardenas Tabares Fabio, 2004 Producto Turístico, México. Editorial Trillas</li> <li>• Milio Balanza Isabel. 2004, Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. España. Editorial Paraninfo.</li> <li>• www. Worldtourism.org.</li> </ul>				

<b>UNIDAD III: INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS</b>				
<b>CAPACIDAD:</b> Utiliza la metodología de elaboración del Inventario turístico, para ser utilizado en la confección del producto turístico				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
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
<b>Referencias:</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MINCETUR. 2006 Manual para la formulación del Inventario de recursos turísticos a nivel nacional.</li> <li>• mincetur.gob.pe</li> </ul>				

<b>UNIDAD IV: CIRCUITOS TURISTICOS</b>					
<b>CAPACIDAD:</b> Crea nuevos circuitos turísticos a nivel local, regional y nacional, considerando las demandas al negocio.					
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas	
	Contenidos Conceptuales				
		Contenidos Procedimentales			
13	Marco conceptual de Circuitos turísticos		Determinar y clasificar los circuitos turísticos peruanos	Clase magistral	2
				Análisis documental bibliográfico	2
14	Clases de Centros turísticos		Reconocer e identificar los tipos 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
<b>Referencias:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chan Nelida 2005. Circuitos Turísticos, Programación y Cotización. BsAs Editorial Librerías Turísticas</li> <li>Walter H. Wust. 2009 Viajes con estilo. Lima, Ediciones y gráficas Biblos.</li> <li>Gonzalo de Reparaz. Guías Turísticas del Perú. Lima. Promperu.</li> <li>Guías Turísticas de AFP Integra. Prima. Toyota.</li> <li><a href="http://badatur.turismo.usmp.edu.pe">http://badatur.turismo.usmp.edu.pe</a></li> </ul>					

## 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 siguientes criterios:
  - Intervención en clase
  - Asistencia
  - Trabajo en equipo

- d) Exposiciones
- e) Práctica
- f) Control de lectura

➤ **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

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

### 9.2. Fuentes hemerográficas

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

### 9.3. Fuentes electrónicas

- [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe) Promperu
- [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) Organización Mundial del Turismo