



SILABO DEL CURSO: TURISMO Y HOTELERIA

I. DATOS INFORMATIVOS

| | | |
|------|-----------------------|---|
| 1.1 | Código: | 1152 |
| 1.2 | Ciclo: | VII |
| 1.3 | N° de créditos: | 3 |
| 1.4 | Área curricular: | Estudios Generales |
| 1.5 | Condición: | Obligatorio. |
| 1.6 | Semestre Académico: | 2022-A |
| 1.7 | Duración: | 17 semanas |
| 1.8 | N° de horas de clase: | 04 teoría 02 Práctica 02 |
| 1.9 | Pre – requisito: | 1115 |
| 1.10 | Escuela Profesional: | Administración |
| 1.11 | Profesor(a): | |
| 1.12 | Texto básico: | Robert Mc Intos. Concientización Turística Ed. LIMUSA Turismo: Planeación y Adm. |

II. SUMILLA

Asignatura teórico y práctica. El propósito de la asignatura es contribuir al ejercicio del trabajo o investigación de los servicios turísticos y hoteleros a nivel nacional e internacional, distribuidos en las áreas de turismo, culturales o sociales. Comprende: evolución de la actividad turística y hotelera, perfil del turista, desarrollo turístico en el Perú y el mundo, los restaurantes, categorización y requisitos, las agencias de viaje, principales escuelas hoteleras del mundo, las cadenas de hoteles, operaciones de alojamiento, recepción, alimentos y bebidas.

Unidad N°1: GENERALIDADES.

Unidad N°2: SOCIOLOGÍA, PSICOLOGÍA Y MERCADOTECNIA DEL TURISMO.

Unidad N°3: INDUSTRIA HOTELERA.

Unidad N°4: LA INDUSTRIA HOTELERA.

III. COMPETENCIAS

3.1. Competencia General:

Aplica los conceptos de planificación, organización, dirección y control en las organizaciones, generando su desarrollo y rentabilidad. Participa en equipos de diversas funciones, inter y multidisciplinarios, para el logro de metas, bajo trabajo a presión, respetando la diversidad de opiniones con actitud ética y colaborativa.

3.2. Competencia General de la asignatura:

Conoce que el factor decisivo para lograr el éxito turístico de una nación es que todas las personas que intervienen en el quehacer de la actividad turística de la actividad turística, estén conscientes de su papel de promotores y servidores del mismo.



IV. CAPACIDADES

- Conoce los sistemas administrativos u operativos con relación a la atención de los paquetes turísticos.
- Proporciona conocimientos y técnicas de aplicación al turismo.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDO

| UNIDAD I: GENERALIDADES. | | | | |
|--|---|---------------------------------------|----------------------------|-------|
| CAPACIDADES: | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer los sistemas administrativos u operativos con relación a la atención de los paquetes turísticos. • Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. | | | | |
| SEM | ACTITUDES: | | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE | HORAS |
| | CONCEPTUALES | PROCEDIMENTALES | | |
| 1 | Concepto de Turismo. Visitante. Turista. Excursionista. Evolución del | Evoca, propone. | Exposición dialogada. | 4 |
| 2 | El Turismo. Clasificación del Turismo Clasificación de los establecimientos Restaurantes – Clasificación. Agencias de Viaje | Recuerda, compara. | Exposición dialogada. | 4 |
| 3 | Clasificación de las Áreas Turísticas. Complejo Turístico. Área Turística. | Compara, propone, debate. | Exposición dialogada. | 4 |
| 4 | Turismo Cultural. Importancia Factores Culturales Actividades Turísticas. Medidas de Promoción y Desarrollo | Propone, compara, relaciona, explica. | Exposición dialogada. | 4 |

UNIDAD II: SOCIOLOGÍA, PSICOLOGÍA Y MERCADOTECNIA DEL TURISMO.

CAPACIDADES:

- Proporcionar conocimientos y técnicas de aplicación al turismo.
- Elaborar y sustentar su trabajo de investigación trabajado en equipo.

| SEM | ACTITUDES: | | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE | HORAS |
|-----|---|---|--|-------|
| | CONCEPTUALES | PROCEDIMENTALES | | |
| 5 | Sociología del Turismo. Definición. Efectos del | Escucha, interviene, dialoga, ejercita. | Exposición dialogada Panel | 4 |
| 6 | Psicología del Turismo. Las funciones psicológicas del tiempo libre. Las motivaciones del acto turístico. | Escucha, interviene, resuelve, soluciona. | Exposición dialogada Panel de discusión. | 4 |



| | | | | |
|---|--|------------------------------|--|---|
| 7 | Conceptos Básicos de la Mercadotecnia en el Turismo. Mercadotecnia dirigida a la hospitalidad y al turismo. La mercadotecnia en la industria de la hospitalidad. | Expone, escucha, interviene. | Exposición dialogada Panel de discusión. | 4 |
| 8 | EXAMEN PARCIAL | | | |

UNIDAD III: INDUSTRIA HOTELERA.

CAPACIDADES:

- Proporcionar conocimientos y técnicas de aplicación al turismo.
- Elaborar y sustentar su trabajo de investigación trabajado en equipo.

| SEM | ACTITUDES: | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE | HORAS |
|-----|--|---|-------|
| | CONCEPTUALES | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Identifica el mercado de consumo en el turismo. • Analiza la planeación y fomento turístico. • Evalúa la industria hotelera. • Aprende aspectos de la industria hotelera. | | |
| 9 | El Mercado de Consumo en el Turismo: Segmentación, selección del mundo y posicionamiento. Fijación | Trabajo aplicativo Panel de discusión | 4 |
| 10 | Planeación y Fomento Turístico. Las políticas y metas del fomento turístico. El desarrollo del potencial turístico. Planes de desarrollo turístico | Simulación y juegos Panel de discusión | 4 |
| 11 | La Industria Hotelera. Establecimiento de Alojamiento. Organización | Exposición dialogada Panel de discusión | 4 |
| 12 | La Industria Hotelera. Departamento de reservaciones | Exposición dialogada Panel de discusión | 4 |



| UNIDAD IV: LA INDUSTRIA HOTELERA. | | | | |
|---|--|-----------------------------|---|--------------|
| CAPACIDADES: | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar conocimientos y técnicas de aplicación al turismo. • Capacidad para trabajar bajo presión e integrar equipos inter y multidisciplinarios para alcanzar objetivos institucionales. | | | | |
| SEM | ACTITUDES: | | ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE | HORAS |
| | CONCEPTUALES | PROCEDIMENTALES | | |
| 13 | La Industria Hotelera. Departamento de Recepción | Escucha, evoca. | Exposición dialogada. Panel de discusión. | 4 |
| 14 | Departamentos de: Botones , Ama de Llaves | Evoca, resuelve, soluciona. | Exposición dialogada. Panel de discusión. | 4 |
| 15 | Departamentos de: | Escucha, evoca, participa. | Exposición dialogada. Panel | 4 |
| 16 | EXAMEN FINAL | | | |
| 17 | EXAMEN SUSTITUTORIO. | | | |

VI. METODOLOGIA

6.1. Estrategias Didácticas:

- Exposición
- Aprendizaje colaborativo
- Debate y discusión.
- Aprendizaje basado en problemas.

6.2 Estrategias de transferencia:

- Análisis o comparación de teorías.
- Trabajo individual y grupal.
- Resolución individual de ejercicios y problemas.

6.3 Estrategia participativa de grupo.

- Inicio: Aclarar objetivos, usar analogías y lluvia de ideas.
- Desarrollo: Usar evidencia empírica que integre el aprendizaje total, estimular la reflexión crítica.
- Cierre: Motivar a hacer y responder preguntas, ofrecer soluciones múltiples, o hacer resumen.



VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Los materiales y recursos didácticos que se utilizan en el desarrollo de la asignatura son:

| MEDIOS INFORMÁTICOS | MATERIALES EDUCATIVOS IMPRESOS | MATERIALES DIGITALES |
|---|---|---|
| a. Computadora b. Aula Virtual c. Internet d. Correo electrónico | a. Libros de texto. b. Separatas c. Artículos científicos d. Documentos de trabajo. e. Compendios estadísticos. | a. Blogs. b. Videos c. Tutoriales d. Página web e. Diapositivas |

VIII. EVALUACIÓN

Se evalúa antes del proceso, durante y al finalizar este. Para efectos de calcular el resultado final de la evaluación asignatura, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{EXP (0.1) + EXF (0.1) + EPC (0.30) + ET (0.3) + EA (0.1) + EPRS (0.15) = T (1.0)}$$

| | | |
|------|---|---|
| EXP | = | Examen Parcial |
| EXF | = | Examen Final |
| EPC | = | Evaluación de prácticas calificadas |
| ET | = | Evaluación de trabajos |
| EA | = | Evaluación actitudinal |
| EPRS | = | Evaluación y responsabilidad social universitaria |
| EA | = | Evaluación total |

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

1. Alfredo Mireles Vásquez
2. Robert Mc Intosh Concientización Turística Ed. LIMUSA Turismo: Planeación y Adm. Ed. LIMUSA
3. Philip Kotler. Mercadotecnia para Hotelería Ed. Prentice/ Hall
4. Miguel Alemán. Quince Lecciones del Turismo Ed. LIMUS.

X. RÉGIMEN DE ESTUDIOS

El régimen de estudios del programa de Administración es de modalidad virtual.

Callao; abril 2022