

PROGRAMAS ANALITICOS TRAYECTO II

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Proyecto Sociointegrador II			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Julio de 2013	Horas Semanales: 4	Código: T2PS45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNFT		Perfil Docente: Licenciado en Turismo o carrera afín con formación y/o experiencia en gestión de proyectos. Licenciado en Educación con formación y/o experiencia en gestión de proyectos y metodología.	
Justificación: Una vez contextualizado el proyecto desde su marco normativo -por los actores que participan-, aprehendidas las categorías de calidad de los proyectos y su ciclo de gestión y establecido el problema principal en la obtención del escenario de mayor jerarquía -producto de la reflexión diagnóstica del objeto de estudio-, debe darse continuación a la formulación de la prefactibilidad del proyecto. La formulación de esta fase del proyecto se realiza desde el aprendizaje social, y establece los niveles de objetivos, las actividades, los recursos requeridos, las hipótesis a monitorear y los factores de viabilidad social, económica y ambiental. La programación de las actividades en cuanto a tiempos y carga de trabajo de los responsables de cada tarea, así como la estimación del presupuesto, es una herramienta poderosa para el control de la temporalidad, los costos y los ajustes en la ejecución, más allá de las características del proyecto. Es llevar a lenguaje operativo las actividades que deben ejecutarse de manera global y en secuencia lógica. Una vez culminada la programación, se realiza la evaluación de la gestión de los riesgos. En esta etapa del ciclo de gestión del proyecto, ya se ha desarrollado el mismo desde la idea inicial hasta su programación, facilitando una estructura que permite garantizar la consulta de las partes interesadas en cada etapa del proceso realizado, tomándose decisiones colectivas y retroalimentando actividades y tareas, responsables y recursos. A esta etapa de prefactibilidad también corresponde la selección de la alternativa basada en los factores de calidad, tales como: criterios que tuvieron un impacto significativo en la sostenibilidad de los beneficios generados por el proyecto en el pasado, y que se deben considerar en el diseño y la ejecución actual (se llamaban “factores de sostenibilidad” anteriormente): la apropiación por los beneficiarios, políticas de apoyo, factores económicos y financieros, aspectos socioculturales, igualdad entre mujeres y hombres, tecnología apropiada, aspectos ambientales, y capacidades institucionales y de gestión. En esta unidad curricular, una vez se tiene el trayecto terminado, se elabora un documento de anteproyecto, cuyos resultados objetivos sirven para la búsqueda de las fuentes de financiamiento y concretar el sistema de gestión socioproductiva.			

Habilidades, destrezas y saberes	Contenidos emergentes articulados	Referencias
Desarrolla reflexivamente los medios y fines del proyecto para establecer el objetivo principal y las alternativas para alcanzarlo.	Análisis de Objetivos • Medios y Fines. • Análisis de Alternativas	Acción Social. Manual de formulación de proyectos de cooperación internacional. Presidencia República de Colombia. Imprenta Nacional de Colombia, 2006. Cárdenas. F. Proyectos turísticos localización e inversión. Editorial Trillas. México, 1991.
Formula constructivamente la matriz de planificación del proyecto, desde lo global hasta las actividades específicas, recursos e indicadores de seguimiento, conociendo las hipótesis a monitorear desde el impacto de la actividad turística en el territorio de actuación hacia una eficacia del impacto de la intervención.	Matriz de Planificación del Proyecto • Objetivos: globales, específico y resultados. • Tareas y Actividades: recursos humanos, físicos y financieros. • Indicadores de seguimiento y fuentes de verificación • Hipótesis. • Verificación de lógica de intervención.	Blaxter, L., et Al. Cómo se hace una investigación. 2000 Borón, A. Manual de metodología de CLACSO. 2005 EuropAid. Manual gestión del ciclo de proyectos. Comisión Europea, 2001.
Planifica organizadamente las tareas del proyecto entre sí, estimando duración, responsables y holguras de ejecución, para lograr una eficiencia de recursos.	Programación del proyecto • Método de redes o grafos: ruta crítica CPM (tiempos reales) y de seguimiento PERT (tiempos probables de ejecución). • Método de relación entre tiempo y carga de trabajo: diagrama de Gantt.	GUÍA Metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. 2010 Hernández et Al. Metodología de investigación. 2001.
Calcula responsablemente los componentes del costo y gasto del presupuesto requerido de los proyectos.	Estimación del presupuesto • Objetivo y real: fase, tipo, método, información. • Estudios previos y permisos. • Diseño y capacitación. • Recursos humanos. • Equipos y materiales. • Métodos de estimación de precios: directa, juicio del experto, analogías, paramétrica o promedio,	Martínez, M. Ciencia y arte en la metodología cuantitativa y cualitativa. 2006. Ortegón, E. et Al. Metodología de marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. Publicación de las Naciones Unidas. Santiago de Chile,

Evalúa holísticamente los riesgos del proyecto para retroalimentar la calidad, pertinencia, pertenencia y eficacia del mismo, así como aspectos de sostenibilidad y sustentabilidad.	bases de datos, otros. Gestión de riesgos del proyecto • Sociales. • Ambientales. • Político-administrativos. • Financieros. • Elaboración del documento de Programación del Proyecto.	2005. Rivero, J Curso de metodología investigación-acción epistemología de la investigación-acción. 2004
Experiencias de formación Conversación grupal para diagnóstico inicial, lluvia de ideas, presentación oral y escrita, dramatización, video conferencias, presentación y discusión de equipos de trabajo, taller, microclases, exposiciones, ensayos, informe, mapa conceptual, mapa mental, dinámica grupal, debate dirigido, lectura comentada, estudio de caso, conversatorio.		
Evidencias de saberes productivos Calidad de la participación. Reflexión formativa del nivel de conocimiento generado por los contenidos programáticos presentados. Capacidad para articular una propuesta. Uso del material audiovisual. Creatividad y originalidad. Comprensión lectora y producción escrita. Presencia de los elementos de redacción, síntesis y análisis.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Idioma Ingles (Especifica)			Unidades crédito: 8
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Junio de 2013	Horas Semanales: 6	Código: T2ID68
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF.		Perfil Docente: Profesor de Inglés o Licenciado en Idiomas Modernos	
Justificación: La unidad curricular IDIOMAS - Inglés (Trayecto II) está enmarcada en el eje de Formación Profesional del participante del Programa Nacional de Formación en Turismo, constituyéndose en el tercero de una serie de cinco niveles de Inglés, existentes en la malla curricular de la Licenciatura en Turismo, para ser desarrollados desde el Trayecto Inicial hasta el Trayecto IV de manera regular, con la opción de escoger otra lengua extranjera o una indígena, de acuerdo a las necesidades comunicativas de cada territorialidad y/o en función de la oferta universitaria. La base teórica de la unidad curricular IDIOMAS se ubica en la Enseñanza del Inglés como Lengua Extranjera, cuyo tema genérico está localizado en la Enseñanza del Inglés para Propósitos Específicos y tiene la finalidad de enriquecer el perfil del egresado en Turismo, permitiéndole el desarrollo de la competencia comunicativa y el entrenamiento de las destrezas lingüísticas productivas (expresión oral y escrita) y de las destrezas lingüísticas receptivas (comprensión oral y escrita), así como de la ampliación de las expresiones adecuadas al contexto socio-cultural de su entorno, razones por las cuales ofrece toda la gama de situaciones pertinentes para la práctica integrada de las funciones comunicativas, teniendo como escenario la realidad turística nacional. El programa sinóptico de IDIOMAS tiene un carácter teórico-práctico integrado y está diseñado para desarrollarse a través del enfoque nocional-funcional comunicativo, por lo cual los grupos de participantes deberían poseer preferiblemente un número máximo de 25 estudiantes para una facilitación oportuna y de calidad. El logro de los objetivos es evaluado a través de técnicas e instrumentos que reflejen las prácticas de clase, asignando mayor peso porcentual a la ejecución de las funciones lingüísticas ajustadas al uso social de esta lengua extranjera.			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Se expresa, en forma oral y escrita, en diversos tiempos verbales para concretar el momento de la acción. Pide y da oportunamente información relacionada con los verbos modales en sus diversas funciones Describe con precisión procesos, protocolos, servicios, y transacciones turísticas con el propósito de caracterizar al sustantivo. Define de manera contextualizada roles en el campo laboral del turismo para delimitar las funciones de cada actor del sector. Utiliza eficientemente el lenguaje reportado (indirecto) para relatar lo dicho por un tercero. Solicita y proporciona eficientemente información en forma oral y escrita, relacionada con problemas de viaje y sus soluciones Emplea eficientemente expresiones idiomáticas del inglés relacionadas con operaciones turísticas y de alojamiento Domina lingüística y culturalmente el uso social de la lengua a nivel pre-intermedio.	1. Tiempos verbales (presente simple, presente continuo, presente perfecto, pasado simple de verbos lexicales, pasado continuo, futuro con “going to” y condicional). Forma “-ing” después de preposición. Formas pasivas (“is-are/ can be” + participio pasado). Formas “there was – there were”. Oraciones con If (I) 2. Verbos modales (“Can, could, may, might, must, should, would” para pedir y ofrecer ayuda, grados de posibilidad, expresar obligación, pedir y dar permiso, dar y pedir consejos) 3. Adverbios de frecuencia (“never, seldom, rarely, sometimes, often, frequently, usually, always/ once, twice”). Terminaciones “-ly” en adverbios de modo. 4. Sustantivos contables y no contables (singular-plural, parentescos, nombre posesivo y determinadores del sustantivo: artículos, adjetivos posesivos, adjetivos demostrativos, cuantificadores. Sustantivos, adjetivos y palabras compuestas como pre-modificadores del sustantivo). 5. Grados de comparación del adjetivo: comparativo y superlativo 6. Preposiciones que expresen propósito (“for, to, ...”) 7. Roles en el campo laboral del turismo (ejemplos: “chambermaid, bartender, concierge, waiter, assistant housekeeper, receptionist...”) 8. Reporte de oraciones (say / tell / recommend/ suggest / announce). Regulaciones. 9. Obstáculos en actividades de viaje (en escogencia de destinos, horarios, reservaciones, servicios en empresas de alojamiento, de alimentos y bebidas y/o de transporte) 10. Comunicaciones escritas (medios impresos al servicio del sector	Bygrave, J. Total English (Pre-Intermediate). London: Pearson Longman, 2005 Dubicka, I. y O’Keeffe, M. English for International Tourism (Pre-intermediate) Harlow: Longman, 2003 Longman. Language Activator. The world’s first production dictionary. Harlow, Essex, England: Longman Group UK Limited, 2000. Oxford. Oxford Photo Dictionary. Practice exercises for classroom use or self-study. New York: Oxford University Press, 2003. Rost, M. Worldview II. New York: Longman, 2005. The British Council. English the Venezuelan Way. Caracas:

	turismo. Correos electrónicos y faxes. Tipos de carta: personal, de solicitud de información, de quejas, de disculpas. CVs) 11. Operaciones turísticas (en empresas básicas: “hospitality industry, food and beverage, and transportation” y en empresas complementarias: “recreation, travel agencies, special events, handcrafts”) 12. Gestión de destinos turísticos (“itinerary / holiday planning”) 13. Tipos de alojamiento y servicios de la hospitalidad (“hotels, resorts, hostels, camp sites, self-catering apartments, rooms in family homes”). 14. Expresiones idiomáticas (formas de cortesía vía telefónica, en “e-mails”, en entrevistas de trabajo y para ordenar y/o solicitar servicio en aspectos relacionados con alimentos y bebidas) 15. Aspectos socioculturales de la civilización anglosajona y pluricultural (monumentos y lugares de interés turístico a nivel mundial; tecnología: modelos diversos de vehículos terrestres, marítimos y aéreos, aparatos electrónicos; gastronomía típica, deportes, artículos de souvenirs, manualidades y artesanías).	MINTUR, 2009.
Experiencias de formación Conversación grupal para diagnóstico inicial, lluvia de ideas, presentación oral y escrita de las realizaciones lingüísticas, repetición coral e individual del vocabulario, modulación fonológica, dramatizaciones, “roleplaying” (juego de roles), “show and tell”, lenguaje corporal y gestual, técnica de la pregunta y la respuesta, dictado, spelling, ejercitación de comprensión auditiva y producción escrita (completación, selección simple, pareamiento, organización de las partes del habla dentro de la oración), juegos didácticos, lectura de cuadros gramaticales, instrucciones e información pertinente de los contenidos.		
Evidencias de saberes productivos Comprensión auditiva, producción oral fluida, modulación fonológica, comprensión lectora y producción escrita, a través de elementos de gramática, sintaxis, uso pertinente y oportuno del vocabulario, expresión corporal y conocimiento de elementos sociolingüísticos a nivel pre-intermedio.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Alimentos y Bebidas (Especifica)			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Mayo 2013	Horas Semanales: 4	Código: T2AB45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docentes: Licenciado en Ciencias y Cultura de la Alimentación o carrera afín, Licenciado en Turismo o carrera afín con estudios especiales y experiencia en el área de alimentos y bebidas.	
Justificación: La alimentación y la nutrición, como valor humano, deben formar parte del código ético personal; la salud depende del ser y el hacer, atendiendo a las diferentes tendencias culturales, exigencias de los comensales y características ambientales de los territorios y su tradición agrícola. La gastronomía es una manifestación de cómo somos colectivamente, y de cómo el universo culinario también viene a ser un elemento constituyente de la identidad nacionalidad. La oportunidad de crear y diseñar menús -partiendo del enfoque etnoalimentario local y desde buenas prácticas-, debe responder a las demandas de los servicios de alimentos y bebidas de los visitantes y los usuarios locales, afianzando la identidad del destino. La capacidad para administrar, planificar, organizar y dirigir con éxito los diversos departamentos de alimentos y bebidas de los múltiples servicios gastronómico -asociados a alojamiento o no-, debe procurar el ahorro de tiempo, de espacio y de costos, innovando en metodologías para desarrollar productos y servicios de alta calidad, en un marco de sostenibilidad, que mejoren la competitividad territorial en los destinos turísticos. El conocimiento de las herramientas de inocuidad y manipulación de alimentos, son base para la excelencia de la calidad y el nivel de nutrición de los alimentos y bebidas desde la cocina. Ella se complementa con una buena administración de los recursos financieros, del talento humano y la eficiencia y pertinencia del servicio final. Los servicios de alimentos y bebidas han impulsado el emprendimiento en toda la historia de la humanidad, desde pequeñas ventas familiares de comidas hasta grandes cadenas de producción y distribución de alimentos –externalización de servicios de comidas-, pre elaborados o terminados, para restaurantes, franquicias o diferentes tipos de eventos, preparadas en cocinas centrales independientes del lugar de ventas o consumo. Se orienta a dar a conocer los antecedentes, la historia, los conceptos y la gestión de los servicios turísticos de alimentos y bebidas -tanto en el ámbito mundial, nacional, regional y local-, partiendo de la soberanía alimentaria y del desarrollo endógeno, como base fundamental para la reafirmación de nuestra identidad gastronómica, considerando a la alimentación como acto social total y una de las manifestaciones más acatadas por la sensibilidad popular.			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Conoce reflexivamente la evolución con enfoque territorial de la gastronomía mundial, en Venezuela y sus tendencias, para entender los principios básicos de la nutrición humana a través de la historia, sus conceptos y las bases de una alimentación sana e inocua.	Gastronomía. 1. Conceptos. 2. Evolución e historia. 3. Tendencias gastronómicas y ambientes. 4. Gastronomía mundial, nacional, regional y local. 5. Importancia de la gastronomía en la actividad turística. Alimentación. 1. Principios básicos. 2. Balance de alimentos. 3. Aspectos básicos nutricionales. 4. Principios de inocuidad y manipulación de alimentos.	Álvarez, M. "La cocina como patrimonio (in) tangible". Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico y Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Secretaria de Cultura, Buenos Aires, 2002. Ayala, H. Buscando calidad en Turismo y Hotelería. Universidad San Francisco Xavier, 1995. Barrera, E. Las Rutas Gastronómicas. Una estrategia de desarrollo rural integrado. IV Seminario Internacional de Turismo Rural del Cono Sur, 1999. Bernard, A. Domínguez, P. Rutas de Arte y Gastronomía una propuesta inexplorada. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2001.
Utiliza creativamente habilidades para el diseño integral de menús asociados a reglas generales de ingeniería de los alimentos y demanda del servicio a usuarios.	Elaboración y planificación de menús. 1- El menú. 2- Tipos de menús. 3- Ingeniería del menú. 4- Maridaje de bebidas y alimentos. 5- Reglas generales.	Cartay, R. Entre Gustos y Sabores. Costumbres Gastronómicas de Venezuela: Fundación Bigott, 2010. Cartay, R. El Pan Nuestro de Cada Día. Fundación Bigott, 2003. Cerra, J. Curso de Servicios Hoteleros. Gastronomía Internacional. Escuela de Hotelería y Turismo, 1994.
Gestiona proactivamente los Inventarios, costos, compras, almacenaje y rendimiento de alimentos y bebidas en servicios gastronómicos con visión de sostenibilidad económica, social y ambiental.	Control de costos de alimentos y bebidas. 1- Conciliación de costos. 2- Pruebas de rendimiento. 3- Receta estándar. 4- Manejo de inventario. 5- Compras y almacenaje de materias primas e insumos.	Enciclopedia de Turismo, Hoteles y Restaurantes. España, 1998. Fuentes, C. y Hernández, D. Fogones y Cocinas Tradicionales de Venezuela. Ed. Cavendes. Caracas, 1993. Gallego, J. Marketing creativo para el servicio de comidas. Trillas, México, 1994
Aplica las tecnologías de administración de alimentos y	Departamento de alimentos y bebidas.	González, C. ISO 9000- Requerimientos. Mc. Graw. Hill. 2001

bebidas, en función de optimar funciones asociadas a la organización de los espacios de cocina y de comedores para mejorar procesos de transformación de alimentos orientados a dar respuesta a diferentes modos de servicios gastronómicos asociados a alojamiento o no.	1.1. Conceptos, funciones e importancia. 1.2. Estructura organizativa del departamento de alimentos y bebidas. 1.3. Brigadas de cocina 1.3.1 Tipos. 1.3.2 Equipos y utensilios de cocina. 1.4. Brigadas de servicios 1.4.1. Clasificación. 1.1.2. Tipos de servicios. 1.4.3. Utensilios y equipos de servicios. 1.4.4. Montaje y marcaje de mesa	Juárez, J. Nacionalismo culinario. La cocina Mexicana en el siglo XX. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México 2008. Lovera, J. Gastronauticas. Fundación Bigott. 2006. Manual Práctico de Restaurante. Paraninfo. España. Manual de Servicio Básico de Comedor. INCE. 2000. Pedreira, R. Dependiente Gastronómico II. Intur. Cuba, 1993. Reay, J. Restauranteria Básica. Trillas. México, 2003. Sanoja, M. Los Hombres de la Yuca y el Maíz. Monte Ávila Editores Latinoamericana, 1982. Schlüter, R., y Ellul, D. T. Gastronomía y turismo en Argentina. Revista de turismo y patrimonio cultural, 2008. Schlüter, R. "Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva". Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina, 2006. Villena, E. Técnico en Hotelería y Turismo. Cultura. S. A. España.
Experiencias de formación: Conversación grupal para diagnóstico inicial, lluvia de ideas, presentación oral y escrita, dramatización, video conferencias, presentación y discusión de equipos de trabajo, taller, microclases, exposiciones, ensayos, informe, mapa conceptual, mapa mental, dinámica grupal, debate dirigido, lectura comentada, estudio de caso, conversatorio.		
Evidencias de saberes productivos: Calidad de la participación. Reflexión formativa del nivel de conocimiento generado por los contenidos programáticos presentados. Capacidad para articular una propuesta. Uso del material audiovisual. Creatividad y originalidad. Comprensión lectora y producción escrita. Presencia de los elementos de redacción, síntesis y análisis.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Contabilidad Aplicada al Turismo (Básica y Transdisciplinaria)			Unidades crédito: 4
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Mayo 2013	Horas Semanales: 6	Código: T2CG64
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docentes: Licenciado en Contaduría o Licenciado en Administración de Empresas.	
Justificación: El servicio turístico se presta a través de organizaciones, que se desarrollan en un ámbito cada vez más complejo y cambiante, haciendo indispensable disponer de información útil, oportuna y veraz, sobre las diversas transacciones que se realizan en el desarrollo de las operaciones normales de la organización, con el fin de facilitar el proceso de toma de decisiones. Esa información es suministrada por la contabilidad, de allí la importancia de su estudio. Se pretende que el estudiante, adquiera y desarrolle habilidades y destrezas en la clasificación, registro, resumen y análisis de la información contable, con el fin de conocer la situación económica y financiera de la organización y tomar los controles necesarios. La contabilidad en la formación académica del estudiante de turismo es de vital importancia porque le brinda herramientas financieras y administrativas que le posibiliten ser partícipe de la Dirección de una organización y le permitan a través de la interpretación de los Estados Financieros básicos la adecuada toma de decisiones administrativas en pro del beneficio general de la organización. Esta unidad curricular permite a los y las participantes: Prever la viabilidad de un proyecto y evaluar el comportamiento de las operaciones contables de unidades tanto de emprendimiento y producción social como de cualquier otra forma de organización empresarial pública o privada, establecidas en la normativa venezolana vigente. Capacitarse en temas como: los financieros, la lógica en el registro de las operaciones mercantiles de las unidades tanto de emprendimiento y producción social como las organizaciones privadas y las obligaciones fiscales que deben tomar en consideraciones durante el ejercicio de la actividad comercial. Proporcionar comprensión y manejo de otros temas como el de economía y el derecho comercial coadyuvando a la formación integral de los y las participantes. Proporcionar conocimientos contables que permita el proceso de inclusión social requiere el desarrollo local, con los lineamientos contables adecuados a cada territorio, comunidad regional, nacional y local. Es esencial considerar la sostenibilidad de dichas estrategias, tanto en términos financieros como en la creación de una cultura ciudadana, a través de la educación y formación pueden implementarse exitosamente como resultado de un proceso de empoderamiento de la comunidad, es decir, cuando se desarrollan en el marco de un proceso sostenido de involucramiento social.			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Observa, detalla y valora, la importancia y papel de la contabilidad en el mundo organizacional.	Introducción a la contabilidad - Definición. Campo y clasificación. Usuarios - Tipos de organizaciones. - Historia de la contabilidad. - Utilidad de la contabilidad. - Relación de la contabilidad con otras ciencias. - Principios de contabilidad generalmente aceptados. - La ecuación contable - El ciclo contable	Brito, J. Contabilidad Básica. Venezuela: Editorial Centro de Contadores. 1994 Cashin, J y Lerner J. Contabilidad I. México: Editorial Mc Graw Hill. 1990
Reconoce y analiza las diferentes cuentas que surgen en una transacción comercial, propia de la actividad turística.	La cuenta - Definición - Naturaleza y clasificación. - Teoría del cargo y del abono. - Las cuentas y la ecuación contable - Las cuentas del Balance General - Las cuentas del estado de resultado	Catacora, F. Contabilidad. La base para la toma de decisiones gerenciales. Venezuela: Mc Graw Hill Interamericana. 2000
Identifica, comprende y aplica, los conceptos contables básicos, para el registro de las operaciones comerciales de las organizaciones turísticas, haciendo uso de los libros contables correspondientes.	El registro contable - Aspectos legales - Libros contables. Diario. Mayor. Inventario. - Registros en el libro diario. Pases al libro mayor - El balance de comprobación.	Diccionario de contabilidad y finanzas. Madrid Editorial Cultural. 1999
Utiliza y valora el conocimiento contable, para identificar los ajustes necesarios en los registros contables, a fin determinar el resultado económico y financiero de la organización.	Proceso de ajuste y cierre - Métodos contables. - Ajuste a partidas de activo. - Ajuste a partidas de pasivo. - Hoja de trabajo.	Meigs, Williams, Haka, Bettner. Contabilidad. La base para decisiones gerenciales. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana. 2000
Reconoce y organiza la información contable en forma de estado financiero,	El balance general Definición. Utilidad.	

para determinar la situación financiera de la organización	• Estructura del balance general • Activo • Pasivo. • Capital.	Nanclares, F José. Marketing y Planificación para restaurantes. Editorial Paraninfo, Madrid. 2001
Identifica y organiza la información contable, para determinar el resultado de ganancia o pérdida de la organización.	El estado de resultados • Definición. Utilidad • Componentes del estado de resultados. • Ingresos. • Costos • Gastos. • Relación con el balance general.	
Experiencias de formación El profesor debe: • Por medio de lluvia de ideas diagnosticar el nivel de conocimiento contable de los estudiantes para fortalecer las posibles debilidades en el área. • Propiciar el trabajo cooperativo en búsqueda de la integración de los estudiantes. • Fomentar la realización de investigaciones sobre aplicaciones contables. • Estimular el uso de las tecnologías de información y comunicación. • Motivar al estudiante por medio de la lúdica a apropiarse del conocimiento contable. • Valorar el proceso formativo, continuo y propiciar la interacción entre los estudiantes.		
Evidencias de saberes productivos La evaluación debe ser continua. • Aplicar eficazmente los conocimientos contables en las organizaciones turísticas y/o complementarias por medio de informes escritos, resolución de ejercicios prácticos, presentaciones. • Construir un mapa conceptual o mental sobre la contabilidad incluyendo: definición, proceso, aplicación e importancia vinculada a la actividad turística. • Participar por medio de las TIC´s en investigaciones y foros de opinión referidos a la actividad turística. • Crear blog con temas relacionados al conocimiento contable vinculados al proceso contable de las organizaciones turísticas. • Desarrollar un cuadro comparativo de los diversos grupos de cuentas utilizadas para el registro contable. • Elaborar pruebas con el fin de valorar el conocimiento del estudiante de manera individual. • Realizar por medio de la lúdica el análisis de un tema contable en el marco de una organización turística. • Producción del estudiante con el fin de propiciar y mantener la evaluación continua. • Mantener la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación en el desarrollo del curso.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Gestión de Riesgos (Básica y Transdisciplinaria)			Unidades crédito: 4
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Julio 2013	Horas Semanales: 6	Código: T2GR64
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docente: Licenciado en Turismo o carrera afín con formación y/o experiencia en el área de riesgos y seguridad integral.	
Justificación: Se orienta a proveer las herramientas básicas de protección integral del destino, los visitantes, las empresas y el territorio en su globalidad. Es observar la mitigación de eventos o fenómenos adversos sobre los visitantes, la economía, el ambiente y la sociedad, causados por sucesos naturales, o por la actividad humana no controlada, que demanda una respuesta inmediata de los prestadores de servicios y las comunidades locales. Para desarrollar de manera sostenible y aumentar la demanda de un destino turístico, es importante integrar la gestión de riesgos en la planificación del desarrollo y la operación turística. Se integra la gestión de riesgos en la planificación participativa del desarrollo y la operación turística. Es conocer las herramientas necesarias para manejar una situación que pueda afectar la integridad física de un viajero o de un destino antes de que esto ocurra, o en el momento en que ocurra, desde la pérdida de documentos de identidad, hasta una catástrofe natural. Es prevenir objetivamente las situaciones que comprometan la seguridad desde el análisis, la evaluación, la medición y el control de las amenazas. Se presentan frecuentemente acciones que escapan al control de los destinos y las empresas turísticas, provocándose situaciones de riesgo; además frecuentemente no hay apego ni respeto al ambiente, siendo muchos operadores corresponsables de la destrucción de cuerpos de agua, flora y fauna, entre otros, que traen como consecuencia impactos ambientales tales como incendios, deforestación, desbordamientos de quebradas, ríos y embalses, deslave, y muchos desastres más. En condiciones de amenaza climática extrema, lo anterior coloca en alto riesgo la operación turística, y las actividades económicas y sociales de las comunidades. Es tener una visión integral de la problemática, junto a los organismos que, cooperando en red, pueden gestionar la vulnerabilidad del turismo y su operación en el destino. La gestión de riesgos permite prevenir eventos adversos o desastres. Una visión de transversalidad implica una actuación integral con la concurrencia y corresponsabilidad de todos. La articulación de los operadores turísticos con instituciones como Protección Civil, Bomberos, Personal Militar, Ministerio del Poder Popular para la Salud, Oficina Nacional Antidrogas, los gobiernos locales y el poder comunal es fundamental para dar concreción a las Líneas Estratégicas del Proyecto Nacional Simón Bolívar. Se entrelazan conceptos básicos de protección integral, de caracterización de riesgos, amenazas y vulnerabilidad, herramientas para la realización de un mapa de riesgos para la operación turística, y sus indicadores, la mitigación de desastres, desde la participación de los usuarios del sistema turístico, las comunidades y los requerimientos de la cadena de valor.			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Aplica objetivamente el conocimiento de los antecedentes, marco normativo y conceptos básicos de la protección integral, consciente de su importancia como elemento de competitividad territorial del destino turístico, base para la prevención de consecuencias desfavorables en su entorno social, económico y ambiental.	Antecedentes históricos de la gestión de riesgos y su marco normativo. - Mundo. - Venezuela Conceptos básicos de protección integral. - Protección integral. - Amenaza: natural o antrópica. Externa, - Vulnerabilidad: política, social y económica. Interna. - Riesgo: relación amenaza y vulnerabilidad. Interno. - Desastre: el antes, el durante y el después. Interno.	Bitrán, D. Evaluación Retrospectiva del Impacto Socioeconómico de los Desastres y consideraciones metodológicas para llevarla a cabo. 2006. Disponible en: http://www3.cepal.org.mx/iadbeclac-project/05.html Jiménez, P. y Gómez, V. Gestión del riesgo en las empresas de turismo activo. Revista APUNTS. Disponible en: http://articulos-apunts.edittec.com/75/es/075_045-049ES.pdf
Planifica proactivamente la gestión de riesgos en la operación de destinos y empresas turísticas -desde actitudes y posiciones colectivas -, con la participación de la red de actores y la auditoria desde sistema de indicadores, en respuesta a la vulnerabilidad de la operación turística.	Planificación de la gestión de riesgos en la operación turística - Identificación de amenazas. - Caracterización de vulnerabilidad. - Elaboración del mapa de riesgo. - Documentación del banco de recursos e instituciones para la gestión de riesgos. - Alcances de la gestión de riesgo. - Elaboración del Plan de Gestión de Riesgos y sus indicadores. - Conformación de la red de protección integral y sus funciones.	Lavell, P. Gestión local del riesgo. Nociones y precisiones en torno al concepto y la práctica. CEPREDENAC-PNUD. PNUMA, 2000. Narváez, L. et al. La Gestión del Riesgo de Desastres: un enfoque basado en procesos. Comunidad Andina. Perú, 2009.
Utiliza eficazmente las herramientas de mitigación de desastres, comprometido con la aplicación de buenas prácticas acordes con las características de cada	Herramientas de mitigación de desastres. - Primeros auxilios. - Extinción de Incendios según características de la actividad.	Reis, J. La percepción del riesgo en los turistas con discapacidad física: una propuesta de abordaje específico. Estudios y perspectivas en turismo. Vol. 20 No.5. Buenos Aires, 2011. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielophppid=S18517322011000500007&script=sciarttext.

destino y el marco regulador de las operaciones turísticas en pro de la conservación del territorio, las empresas y los destinos turísticos donde desarrolla su práctica profesional y de vida.	• Medidas ante desastres naturales. • Medidas ante actos criminales, tragedias sociales o económicas. • Medidas ante desastres de salud o sanidad. • Medidas específicas frente a riesgos de diferentes modalidades turísticas de aventuras y deportes extremos. • Sistemas de información geográfica y equipamiento de comunicaciones y protección.	
Experiencias de formación Conversación grupal para diagnóstico inicial, lluvia de ideas, presentación oral y escrita, dramatización, video conferencias, presentación y discusión de equipos de trabajo, taller, microclases, exposiciones, ensayos, informe, mapa conceptual, mapa mental, dinámica grupal, debate dirigido, lectura comentada, estudio de caso, conversatorio.		
Evidencias de saberes productivos Calidad de la participación. Reflexión formativa del nivel de conocimiento generado por los contenidos programáticos presentados. Capacidad para articular una propuesta. Uso del material audiovisual. Creatividad y originalidad. Comprensión lectora y producción escrita. Presencia de los elementos de redacción, síntesis y análisis.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Gestión de Viajes y Operaciones Turísticas (Básica y Transdisciplinaria)			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Julio 2013	Horas Semanales: 4	Código: T2GV45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docentes: Profesional del área de turismo o áreas afines, con experiencia en operaciones turísticas.	
Justificación: La unidad curricular, GESTIÓN DE VIAJES Y OPERACIONES TURÍSTICAS está orientada a proporcionar en el participante del plan de estudios del PNFT, herramientas técnico-prácticas para el desempeño profesional competente en importantes temáticas que le permitan abordar profesionalmente las operaciones turísticas, las agencias de viajes y transporte turístico, basado en un enfoque holístico. Considerando que el turismo es una actividad socioeconómica caracterizada por ser «aquello que consumen los turistas», en el lugar de origen, ruta de tránsito y en destino. Por tanto, la cualidad de «producto o servicio turístico» la otorga el consumidor, y no el oferente, a diferencia de otras ramas industriales. En las últimas décadas es apreciable el incremento económico originado por el intercambio de servicios turísticos. Esto se pone de manifiesto a través de nuevas modalidades de viajes, entendiéndose no sólo a viajes de placer sino a los de negocios, congresos y convenciones, turismo religioso, deportivo, entre otros. El turismo es un derecho y una necesidad de las personas. Es por esta razón que la conducción del negocio turístico debe confiarse a los profesionales especialmente preparados, porque de su buena gestión dependerá el logro de un turismo sustentable y sostenible. En este orden de ideas, el participante de la unidad curricular GESTIÓN DE VIAJES Y OPERACIONES TURÍSTICAS será capaz de aplicar con propiedad todos los conocimientos relacionados con la contratación y venta de servicios turísticos ofertados en el mercado, tomando en consideración todos los factores endógenos y exógenos. Propicia como agente de transformación, la constitución de organizaciones socio-productivas con carácter humanista para el desarrollo de productos y servicios turísticos de manera sustentable, sostenible y responsable, respetando las relaciones de intercambio igualitario, incluyente en las comunidades con vocación turística, promoviendo el desarrollo y posicionamiento de destinos turísticos a nivel local, regional y nacional. Esta unidad curricular abordará académicamente información correspondiente a servicios turísticos, conceptos básicos de las operaciones turísticas y su marco normativo, planificación, presupuesto y operación de los paquetes de viajes, el papel de los operadores turísticos, el manejo de contingencias en los viajes, entre otros aspectos fundamentales de las operaciones turísticas en el ámbito local, nacional e internacional, funciones que			

realiza una agencia de viajes, antecedentes, objetivos, funcionamiento y propósito de la misma. Hoy día es de suma importancia para los prestadores de servicios turísticos conocer los diversos tipos de empresas ya que en el futuro podremos enfrentarnos a la vida laboral sin temor de no contar con los conocimientos suficientes. En tal sentido, la metodología de la UC, permitirá conocer las operaciones turísticas, la administra de empresas de transporte turístico y agencia de viajes y turismo, considerados de gran relevancia en las prácticas turísticas.

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Comprende efectivamente la naturaleza y objetivos de la empresa de facilitación de servicio turístico donde se inserta, valorando la relación de la actividad turística con otras disciplinas. Registra y ejecuta eficazmente las operaciones y procesos de las empresas de facilitación de servicio turístico en función de satisfacer cabalmente las necesidades y requerimientos de la demanda. Comprende con una visión holística y estratégica la planificación y organización de las operaciones turísticas en sus diferentes ámbitos de actuación comprometida con la aplicación de buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos, la participación de las comunidades y de los usuarios del sistema turístico, en beneficio colectivo de la marca Venezuela. Analiza integral y conscientemente los destinos turísticos comprendiendo la importancia que representan las empresas de facilitación de servicios turísticos para el desarrollo económico y social del país. Gestiona eficazmente los procesos inherentes a la operatividad de las empresas de facilitación de servicios turísticos, acatando la normativa legal vigente, con el objeto de prestar un servicio turístico de calidad, enmarcado en los parámetros normativos-legales Opera de manera responsable programas de viaje en las distintas comunidades en el ámbito local, nacional e	1. Operaciones turísticas en el proceso de comercialización de los servicios producidos por el sector. 1.1 Operaciones turísticas 1.2 Operador turístico: Definición. Características. Funciones, entre otras 2. La planificación del servicio en función de: 2.1 Las metas 2.2 Condiciones del mercado 2.3 Disponibilidad de recursos materiales, humanos y financieros. 3. Diseño de programas de viajes 3.1 Análisis del destino 3.2 Análisis del mercado 3.3 Diseño de rutas, circuitos y excursiones turísticas. 3.4 Los componentes de un programa de viaje. * Trazado de rutas locales y regionales. * Localización del punto de origen. * Paradas en la ruta,	Ávila, M. Transporte Terrestre Turístico. 2009. Bermejo, M. y otros. La creación de la empresa propia. Consejos prácticos para la puesta en práctica con éxito. Capítulo III la puesta en acción. McGraw-Hill. Madrid. 2004. Gabaldon, F. Técnicas de negociación. Editorial Universidad de los Andes. 2003 Graham, F. Cómo diseñar un plan de negocios. Enciclopedia Finanzas y Negocios. El Nacional. 2008 Foster, D. Introducción a los Viajes y al Turismo. Editorial Mc Graw Hill.

internacional, con la finalidad de aprovechar las potencialidades turísticas de éstas. Verifica la contratación de servicios turísticos en cada uno de los destinos seleccionados, considerando todos los elementos del sistema turístico, con el propósito de comprobar las características del plan previamente diseñado y/o tomar las medidas preventivas en torno a la eficiencia y eficacia de la aplicación del producto turístico. Elabora de manera consciente y responsable propuestas para mejorar operativamente la empresa u organización de facilitación de servicios turísticos, tomando como referencia estudios de mercados, condiciones del destino entre otros aspectos, de las comunidades donde se ejecuta el proyecto turístico, con la finalidad de correlacionar las características de la oferta turística con las exigencias demandadas por los consumidores y garantizar un producto turístico de calidad. Elabora con objetividad procedimientos y cálculos para determinar el precio de venta al público, ajustado al perfil de la demanda, considerando la importancia de este proceso en la actividad turística para el desarrollo económico de las comunidades. Participa activamente en el proceso de negociación de los servicios turísticos, considerando holísticamente la importancia del desarrollo de la actividad turística en todas sus modalidades, con el propósito de establecer un plan de negocios donde se integren todos los elementos del sistema turístico. Aplica de forma proactiva y creativa la animación dentro de los programas de viajes, como elemento integrador en el desarrollo armónico de la actividad turística en las distintas comunidades, con el objeto de entender la administración de la animación como	* Paradas con estancia * Destino. • Ubicación de la agencia • Organización del personal • Libros y registros • Ocupaciones del agente de viajes 4. Agencias de turismo comunitario. • Aspectos administrativos • Aspectos técnicos • Operatividad • Investigación 5. Servicios producidos por los operadores: • Excursiones, tours, inclusive Tours. • Eventos. • Facilidades turísticas: • Documentación y seguros 6. Documentos de tráfico • Definición : documentos de tráfico • Instrumentos de validación: Aspectos básicos de la expedición de boletos. • Suministro de documentos de tráfico • Informe de ventas de las líneas aéreas • Requisitos de seguridad.	España. 1993. Francesc, J. Gestión de Empresas de Turismo y Ocio. El arte de provocar la satisfacción. Ediciones Gestión 2000. España. 2004.
---	--	--

un elemento clave para el éxito personal y social de las comunidades con vocación turística. Comercializa programas de viajes aplicando los parámetros normativos, legales e institucionales pertinentes, ajustados a cada producto turístico, en las comunidades donde se ejecuta el proyecto turístico, con el objeto de dar a conocer los servicios turísticos de los diferentes destinos Analiza eficientemente los aspectos básicos de las agencias de viajes y turismo, consciente de las regulaciones nacionales e internacionales con la finalidad de determinar las buenas prácticas, sobre la estructura y funcionamiento de las agencias de viajes. Determina responsablemente aspectos inherentes al negocio de viajes, con el propósito de gestionar holísticamente todos los factores que intervienen en el negocio de viajes y tomar decisiones acertadas. Elabora con visión humanista y solidaria servicios acordes a las necesidades de la demanda, integrando todas las potencialidades turísticas comunitarias, con la finalidad de coadyuvar en el desarrollo endógeno de actividades turísticas que fortalezcan el buen vivir de las comunidades. Analiza holísticamente los servicios ofertados por los operadores turísticos y su funcionamiento de acuerdo a las regulaciones de los destinos, con la finalidad de gestionar eficiente y eficazmente los servicios turísticos y establecer ventajas comparativas entre éstos. Analiza responsablemente productos turísticos ofrecidos por los prestadores de servicios turísticos en diferentes ámbitos de acción, en pro de planificar y diseñar de manera cabal los diferentes paquetes o servicios turísticos en correspondencia a	7. Automatización de la agencia de Viajes y Turismo - Definición de sistemas - Componentes de un sistema de procesamiento de datos - Las computadoras y las agencias de viajes. - Sistemas automatizados de agencia: interfase, autónomo. 8. La contabilidad en las agencias de viajes. - Fuentes de ingresos - Libros de contabilidad - Ingresos de caja - Cuentas por cobrar - Libro de ARC - Egresos de caja - Registros del empleado - Comprobantes - Informe de ventas 9. Tarifas y boletería nacional e internacional. - Definición de tarifas - Tipos de tarifas - Clase de servicio - Tarifas aéreas - Tarifas base Construcción de tarifas - Cálculos de tarifas	
---	---	--

las exigencias de la demanda. Maneja con visión humanista todo lo relativo a la documentación de tráfico, en cada uno de los ámbitos de actuación de las organizaciones turísticas, con la finalidad de asesorar efectivamente a los turistas y /o visitantes que lo requieran. Opera organizada y responsablemente reservaciones a través de los programas computarizados, facilitando información oportuna y adecuada a los solicitantes, siendo consciente de la importancia de las agencias de viajes dentro del sistema turístico, con la finalidad de coadyuvar en la calidad de la prestación del servicio turístico. Maneja con sentido de responsabilidad y honradez procesos inherentes a la contabilidad de las agencias de viajes y turismo, con el propósito de aplicar los indicadores económicos y determinar la rentabilidad de la organización. Analiza exhaustivamente procedimientos referidos a las tarifas y boletería nacional e internacional, prestando de forma proactiva la asesoría requerida por los solicitantes, con la finalidad de satisfacer cabalmente las necesidades y requerimientos de éstos. Analiza responsable y proactivamente, los servicios turísticos ofertados por las empresas de transporte, en sus distintas modalidades y ámbitos de actuación, con la finalidad de distinguirlos y establecer ventajas comparativas y competitivas entre éstos. Conoce a cabalidad el funcionamiento y normativas de todas las empresas de transporte turístico para la venta de servicios sueltos e integrados, con el propósito diseñar paquetes de viajes ajustados a las ofertas turísticas del mercado. Analiza exhaustivamente la importancia del transporte turístico en todas sus modalidades para el desarrollo y avance de la actividad	• Reglas de las tarifas • Definición de boleto • Tipos de boleto • El boleto de avión • Boletaje automatizado • Boletaje manual • Otras situaciones de expedición de boletos. • Boletaje internacional 10. Servicios de transporte turístico Clasificación del transporte turístico • Aéreo • Acuático • Terrestre Funcionamiento de las distintas modalidades de transporte • Historia • Características • Claves • Influencia de la política comunitaria y los reglamentos de la competencia en su actual configuración • Marcos normativos. • Relevancia del transporte en el contexto económico, social y turístico. 11. Procesos operativos de las empresas de transporte turístico. Cotización. Reservación. Confirmación. Cancelación. Forma de Pago. Cierre de la venta. 12. Comercialización de rutas turísticas. • Procedimientos de tráfico. • Tarifas. • Operatividad de costos en transporte	
--	--	--

turística. Analiza responsablemente procesos operativos propios de las empresas de transporte turístico, con la finalidad de conocerlas a cabalidad y determinar la rentabilidad de las operaciones turísticas. Aplica conscientemente y con valor humanista técnicas de ventas para la comercialización de los servicios de viajes, a fin de poder estructurar e implementar una organización que promueva y proyecte el transporte turístico. Analiza conscientemente y forma inter y transdisciplinaria mecanismos para calcular costos, con la finalidad de satisfacer los requerimientos de la demanda. Maneja de forma proactiva los manuales de información sobre itinerarios y tarifas aéreas, con el objetivo de proporcionar información eficiente y eficaz a los usuarios. Aplica responsablemente normativas establecidas en los convenios reguladores del transporte turístico, con la finalidad de actuar en el marco de lo establecido por la superestructura turística en cada uno de los destinos turísticos donde opera.	acuático, aéreo y terrestre. • Técnicas de ventas 13. Manuales utilizados en los procesos de transporte en las distintas modalidades. • Guía aérea y marítima (GAM) • Gaceta Aérea 14. Superestructura que regulan los servicios de transporte turístico. Organismos nacionales Organismos internacionales Convenios que regulan los servicios de transporte turístico.	
Experiencias de formación Análisis de casos sobre la temática de la unidad curricular. Trabajos en equipo que permitan abordar las operaciones turísticas en todas sus dimensiones. Visitas de campo Conversatorios comunitarios Presentación y discusión de trabajos en equipo.		
Evidencias de saberes productivos • Gestión de actividades de campo. • Asistencia y rol de los participantes en las actividades prácticas y teóricas planificadas. Evaluación formativa, participativa, reflexiva y reconstructiva de las actividades realizada individualmente y en equipo de trabajo. • Presentación de informes de resultados.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Marketing Turístico y Planificación por Productos (Básica y Transdisciplinaria)			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Julio 2013	Horas Semanales: 4	Código: T2MP45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF		Perfil Docente: Licenciado en: Turismo, Mercadotecnia, Economista con estudios en turismo, Diseño Integral.	
Justificación: La Unidad curricular Marketing Turístico está enmarcada dentro del eje profesional del trayecto II del Programa Nacional de Formación en Turismo. Permite a los participantes el conocimiento de la existencia no solo del Marketing turístico sino del Marketing social y sus áreas de acción: Marketing de las ideas sociales, político, institucional y de los servicios públicos, lo cual se traduce en la incorporación y diversificación de las comunidades locales, regionales y nacionales que coadyuvan al desarrollo endógeno y sustentable. Para esta unidad curricular es importante destacar el papel y la vinculación de las TICS en la operatividad del proceso de Marketing, el impacto de la difusión de las tecnologías de información y comunicación que permitan lograr la organización para la cooperación y el desarrollo económico del turismo y sus relaciones con el comercio internacional. El turismo a través del Marketing logra el acercamiento a los mercados y permite conocer sus productos, servicios y destinos. De igual forma contribuye a determinar la oferta y la demanda turística existente, sus fortalezas y debilidades, así como proyectar a través de la investigación de mercado las potencialidades turísticas para el diseño y desarrollo de nuevos productos, servicios y destinos con el fin de promocionar, comercializar y vender la marca Venezuela. El producto turístico es una cadena de valor cuyos eslabones representan cada uno de los servicios que espera recibir un visitante a un destino. Si uno de los eslabones no funciona correctamente, no conecta el resto de los servicios, la percepción no es satisfactoria. Para ello, hay que monitorear constantemente la demanda potencial y real, así como el nivel de la oferta del destino frente a sus competidores. De esa constante evaluación surgen los elementos distintivos o ADN de la marca, para lo cual hay que planificar condiciones económicas, sociales y ambientales del territorio receptivo. El marketing es una herramienta eficaz para satisfacer la demanda de los usuarios potenciales y reales, a través de la planificación, la ejecución y la puesta en marcha de bienes y servicios turísticos sostenibles y sustentables. El objeto es construir relaciones de largo plazo con los mercados. Un adecuado proceso de planificación de los productos turísticos, toma como base el análisis constante del entorno, la valoración de los cambios que			

pueden producirse tanto en la oferta como en la demanda, la rápida adaptación de los programas y proyectos en el marco de la participación de las comunidades, para dar respuesta anticipada a los usuarios del sistema turístico.

En los mercados turísticos se crean necesidades o se consolidan destinos con reposicionamiento o nuevos mix de productos. En todo caso, una buena planificación del destino depende del mercado meta a captar, la relación costo-beneficios. Los contenidos de esta unidad curricular pretenden facilitar la base epistemológica del marketing de servicios y su estrecha vinculación con la planificación participativa de productos turísticos.

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Comprende razonablemente los elementos básicos del marketing turístico, la diferenciación de los productos y servicios para identificar objetivamente las necesidades de los turistas, las comunidades y demás actores sociales con el fin de realizar propuestas turísticas sustentables. Propone estrategias y tácticas que viabilizan la sustentabilidad de los productos y servicios turísticos desde la investigación de mercado, realizando el procedimiento propuesto para tal fin, liderando objetiva y éticamente la aplicación de los conocimientos adquiridos con sentido técnico y humano.	1. Conceptos fundamentales del marketing 1.1. Marketing turístico: Definición, variables y herramientas. Los condicionantes del Marketing. Clasificación: estratégico, operativo y táctico. 1.2. Marketing de Productos y Servicios. Definición de productos y servicio. Características. Diferencias entre empresas de servicios y productos. 1.3. Tipos y funciones 1.4. Ciclo de vida del producto y de los servicios turísticos 2. Planeamiento Estratégico del Marketing 2.1 Análisis de la Situación 2.2 Objetivos del Marketing 2.3 Posicionamiento y ventaja diferencial 2.4 Selección de mercado meta 2.5 Medición de la demanda	Alvarez, R. Principios de Investigación de Mercado Turístico. 2004 Bernier, E. et Al. Estructura de mercados turísticos. Editorial UOC. España, 2006. Bigné E, Marketing de destinos turísticos, 2000. Blasco, A. Tipologías turísticas. Universidad de Girona. España 2006. Boullon R.- Marketing turístico: Una perspectiva desde la planificación. 2da Edición. Buenos Aires: Colección temas de turismo. 2004 Coén, W. El Plan de Marketing. 2da Edición. 2001. Cobra, M. Y Zwarg F. Marketing de

Distingue razonadamente, de forma crítica las metodologías y procedimientos referentes a las actividades de investigación, identificación, segmentación de mercado, demanda y oferta turística, para aplicar los conocimientos en el plan operativo de marketing en las localidades en aras de lograr un aporte al desarrollo turístico sustentable de las mismas. Identifica y diseña con responsabilidad productos y servicios turísticos sustentables en base a la realidad existente en las localidades. Analiza críticamente los precios de los productos y servicios existentes en el mercado con la finalidad de proponer precios considerables que sean aceptados por los consumidores para el diseño de sus productos y servicios.	2.6 Diseño del mercado mix 2.7 Diseño del plan de marketing 2.8 Estrategias de marketing para diferentes servicios: de turismo, de salud, servicios públicos, de comunicación, bancos y compañías de seguro, restauración. 2.9 Estrategias y tácticas. Marketing operacional y estratégico. Funciones de Marketing estratégico y operacional. Análisis FODA .Plan de Marketing: Análisis, diagnóstico. Planteo estratégico 3. Estadísticas, bases de datos y sistemas de información de marketing. Mercados turísticos y segmentos: Mercado nacional y mercado internacional. El uso de la estadística. La cuenta satélite del turismo (CST). La presentación de la información estadística. Categoría y forma de turismo en la CST. Consumo turístico en la CST. Enfoque de la oferta turística en la CST. Principales fuentes de información del marketing turístico: Fuentes nacionales e internacionales de estadística turística. 4. Mercadotecnia de localidades: 4.1 Localidades con problemas: Fuerzas internas y externas que ocasionan problemas en las localidades. Qué hacen y que deben hacer las localidades para resolver sus problemas. 4.2 Como se comercializan las localidades a sí mismas: Principales	servicios: Conceptos y estrategias. McGraw-Hill 2000. De Duque, R. et Al. Cadena de valor en turismo. Universidad del Externado. Colombia, 2012. Ejarque J.- Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing. 2005. Elizagarte de, V. Marketing de ciudades. 2003. Kotler, P. Bowen, J y Makens J. Mercadotecnia para la Hospitalidad y el Turismo. Kotler- B. Marketing para turismo. Editorial Pearson. 2005 Lanquart, R. Marketing turístico: De lo Global a lo local. Edit. Ariel Turismo. 2001. Nanclares, F, José. Marketing y planificación para restaurantes. Paraninfo. 2001 Quesada, R. Elementos del turismo. Editorial Universidad Estatal a Distancia. Costa Rica, 2006. Reyes, A. Administración moderna. Editorial Limusa, S.A. México,
--	--	--

Define y diseña con liderazgo, las estrategias de distribución, comercialización y ventas de los productos y/o servicios identificados en las localidades, necesarios para el desarrollo turístico sustentable de las mismas. Distingue las técnicas y procedimientos para aplicar eficaz y efectivamente el plan de marketing, identificando crítica y éticamente las necesidades de las localidades logrando soluciones concretas. Internaliza la importancia del conocimiento de la conformación, estrategias, usos, procedimientos aplicabilidad de técnicas, y difusión de las estadísticas, las bases de datos y los sistemas de información de marketing turístico de manera ética, objetiva y responsable.	mercados metas de los comerciantes del lugar. Los vendedores comercializan su localidad. Principales oferentes del lugar. 4.3 Como eligen los seleccionadores sus mercados metas: Modelo del proceso de compra del lugar. El papel de los servicios de clasificación del lugar. 4.4 Evaluación del lugar y proceso de planificación estratégica: Cinco enfoques de desarrollo para localidades: Desarrollo de la comunidad. Diseño urbano. Planificación urbana, Desarrollo económico. Planificación estratégica de la mercadotecnia. El proceso de pe de la mercadotecnia. Como llevar a cabo la evaluación del lugar. Identificar las principales tendencias y desarrollo. Análisis FODA. Fijación del concepto y objetivos. Formulación de la estrategia. Desarrollo del plan de acción. Aolicación y control del Plan de Marketing. 4.5 Estrategias para el mejoramiento de la localidad: Diseño urbano. 5. Planificación por productos. 5.1. Análisis FODA. El ADN del destino bajo la marca Venezuela. Visión territorial de la planificación del destino por productos turísticos. Aspectos teóricos y componentes. Mercado meta, ADN de la marca y estrategias de posicionamiento como punto de partida. Enfoque prospectivo del impacto territorial de la inserción del plan de marketing. 5.2. Caracterización del destino: Planta turística instalada: servicios directos e indirectos. 5.3. Superestructura turística: red de actores institucionales públicos, privados e institucionales y marco normativo.	2005. Saloner et Al. Administración estratégica. Editorial Limusa, S.A. Grupo Noriega Editores. México, 2005 Stewar, S. INTRODUCCIÓN A LAS ACTIVIDADES HOTELERAS. Paraninfo. España, 2001. Tribe, J. Economía del ocio y del turismo. Síntesis. Madrid, 2000. Torrucó, M. y Ramírez, M. Servicios turísticos. Editorial Diana. México, 1987. Troncoso, B. Propuesta para la categorización de las empresas y microempresas eco turísticas. 1999. Toyo M. El ABC del Marketing de los servicios turísticos. 1ra. Edic Buenos Aires Turísticas. Colección Temas de Turismo 2005. Valdez, R. Estudios y perspectivas en turismo. Universidad de las Américas. México, 2010. Valls, J. Las Claves del Mercado Turístico. Como competir en el
---	--	---

	5.4. Comunidades receptoras: nivel de satisfacción del bienestar de vida y aceptación de visitantes. Servicios básicos. 5.5. Identificación y elaboración de perfiles de proyectos ancla: Alojamiento. Ocio y recreación. Accesibilidad. Servicios básicos. Capacitación y formación. Otros. Perfiles de proyectos y estimación de impactos. Elaboración de mapas temáticos e informe de plan.	nuevo milenio. Año 2003. Zamorano, F. Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados. Editorial Trillas. México, 2002
Experiencias de formación • Asignación de lecturas previas a las actividades presenciales para su análisis. Discusión dirigida. Conclusiones • Asignación del trabajo de Plan de Marketing a un producto, bien o servicio, previa revisión, análisis y discusión del esquema asignado para tal fin. • Asesorías permanentes para la elaboración de la investigación de mercado, considerando los grupos de trabajo y las comunidades seleccionadas.		
Evidencias de saberes productivos El proceso de evaluación debe ser de carácter continuo y se desarrolla paralelamente con el de enseñanza aprendizaje, combinando las evaluaciones de orientación objetiva con valoraciones cualitativas contrastadas con elementos que configuran la realidad de país. Evaluación diagnóstica: Con la finalidad de: a. Ubicar adecuadamente al estudiante al comienzo de la instrucción para analizar las conductas de entrada. b. Describir causas subyacentes de las deficiencias de aprendizaje a medida que avanza en el proceso de instrucción. Evaluación formativa: Proporciona la información que permite a los docentes y participantes realizar ajustes necesarios de acuerdo a lo resultados observados durante el proceso de enseñanza-aprendizaje Evaluación sumativa: Mide los resultados obtenidos del aprendizaje. Cualitativa y cuantitativamente. Integral: Referida a todos los elementos que intervienen en el quehacer educativo. Estrategias de evaluación sugeridas para los contenidos de esta unidad curricular: Se sugiere aplicar al estudiante un instrumento (cuestionario) a fin de realizar un diagnóstico de su entorno (familiar-social) para verificar la relación del mismo con su comunidad local, que les permita acceder con más seguridad a las mismas, a fin de contribuir a la solución de problemas de carácter turístico, enfocados al Marketing Turístico y a la Planificación por Productos. • Preparación y presentación oral e informe escrito del trabajo final de Plan de Marketing para un Producto Turístico. • Técnicas e Instrumentos de Evaluación: a.- Pruebas: ensayo, prácticas b. Observación: Lista de cotejo. Registro de hechos significativos. c. Entrevistas-Cuestionarios: Encuestas, guías de entrevistas. • Criterios de Evaluación: Responsabilidad, presentación personal, hábitos de trabajo, confianza en sí mismo, creatividad e iniciativa. • Asignación de lecturas previas a las actividades presenciales con el fin de realizar diagnósticos de conocimientos teóricos para ejecución de talleres y/o pruebas prácticas donde los participantes puedan demostrar su capacidad para realizar actividades de la vida real y demostrar la aplicación efectiva de los conocimientos desarrollados, donde se presenten casos reales relacionados con las diferentes concepciones de marketing, los mercados, los tipos de marketing, demanda y oferta, precios, las comunidades locales, los actores sociales.		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Tecnología del Alojamiento (Especifica)			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: II	Fecha de elaboración: Julio de 2013	Horas Semanales: 4	Código: T2TA45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNFT		Perfil Docente: Licenciado en Turismo, Hotelería, Administración Turística, Administración Hotelera.	
Justificación: Proporciona un elemento importante en el Plan de Estudios del Programa Nacional de Formación en Turismo, ya que pretende contribuir con la formación de un profesional con mayor eficacia y eficiencia en la aplicabilidad de sistemas especializados para la efectiva gestión técnica y operativa de las tareas y actividades que se desarrollan en áreas propias de organizaciones de alojamiento. Esta formación se puede lograr mediante la construcción y apropiación de conocimientos, técnicas y/o procedimientos operativos, así como los sistemas de trabajo necesarios para el desarrollo de las competencias, habilidades, destrezas, manejo de recursos y estrategias necesarias para el desempeño adecuado de las funciones en la organización. Además, se establece la interrelación con las empresas hoteleras y sus unidades socio-productivas, incluye el procedimiento administrativo, el control, los elementos gerenciales, las buenas prácticas en sus contenidos, las tendencias y/o modalidades, elementos importantes como los avances tecnológicos, y el manejo de requerimientos especiales de los usuarios y usuarias en la actividad turística.			
Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados		Referencias
Identifica los aspectos generales de la Tecnología del Alojamiento, valora la evolución de la Industria de la hospitalidad, y su influencia en las organizaciones del alojamiento y en la sociedad.	Aspectos generales de la Tecnología del Alojamiento: - La evolución de las empresas del alojamiento en el mundo y Venezuela. - Influencia del alojamiento en el desarrollo de la Nación. Organización en las empresas de Alojamiento: - Estructura organizativa - Niveles de Desarrollo Profesional Organización departamental del hotel: Departamento de Reservas - Contratos y Condiciones		Ahmed I. Operaciones y procesos hoteleros. Gestión del alojamiento. Thomson / Paraninfo/learning.1999.
Identifica y reconoce la organización de las empresas de alojamiento de acuerdo a los niveles de desarrollo profesional			Blasco, A. Bachs, J. Bancells, J. Vives, R. Manual de gestión de producción de alojamiento y restauración. Editorial síntesis 2006.
Identifica la importancia de los			Caravallo P. La hotelería en la

principales componentes operativos que se cumplen en el departamento de reservaciones, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	• Tipos de Tarifas • Aspectos legales • Sistemas de reservas • Procesos en las reservas • Funciones del Personal • Operaciones y documentos • Planning de reservas • Overbooking	Venezuela Gomecista. 2000
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el departamento de recepción, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	• Lista de cuartos (rooming list) • Gráficas • Forecast • Relaciones • Interdepartamentales • Principales conceptos genéricos • Análisis del margen de actividades operacionales en el departamento de reservaciones.	De la torre, F. Administración hotelera. Primer curso: División cuartos. Trillas, México. Segunda edición. 2001
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el departamento de Conserjería, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	Departamento de Recepción: • Atención al cliente • Proceso de entrada (check-in) • Operaciones y documentos utilizados durante la estancia del cliente • Cambios de habitaciones • Quejas y Reclamos • Funciones del Personal • Asignación de tarifas • Estadísticas • Control de habitaciones • Lista de clientes • Previsión del factor de ocupación • Control de habitaciones (Informe de Ama de Llaves) • Lista de clientes No show	Díaz, J. Manual de buenas prácticas en alojamiento.
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Área de Servicio Uniformado o Capitanía de Botones, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.		Foster, D. Introducción a los viajes y al turismo. MC Graw-Hill interamericana de México. S.A. de C.V. Primera edición. 1994
Identifica la importancia de los		Galindo, M. García M. Fundamentos de administración. Trillas. 2003
		García F. García P. Gil, M. hostelería: técnicas de servicio y atención al cliente. Editorial paraninfo. Segunda edición. 2011.
		Genise C. Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento. Edición XIV. 2011
		González M. Turismo y ciudad nuevas tendencias. Síntesis. 2006
	Departamento de Conserjería:	

principales componentes operativos que se cumplen en el Departamento de Central Telefónica, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	• Organigrama del departamento • Funciones • Información General de los Servicios del Hotel • Información, Ayuda y Asesoramiento al cliente • Tratamiento de requerimientos especiales del cliente. • Servicio de llaves, correspondencia y mensajes • Consignación de equipaje • Tratamiento del equipaje • Custodia de valores del cliente	González, L. Dirección hotelera / operaciones y procesos. Editorial síntesis. Primera reimpresión: abril. 2003.
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Área de Caja de Recepción, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	Área de Servicio Uniformado o Capitanía de Botones: • Salida del huésped Atención al cliente • Recepción del equipaje • Control del depósito de equipaje • Información de las instalaciones de alojamiento. • Procedimientos operativos en la entrada y salida de huésped.	Huber, G. Toma de decisiones en la gerencia. Editorial trillas. México. 2000.
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en la Auditoria Nocturna del departamento de recepción como proceso de control y verificación de las transacciones administrativas del movimiento del hotel. Con el fin de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	Departamento de Central Telefónica: • Cualidades del personal • Organización y Funciones del personal • La recepción telefónica y sus fases • Operaciones y documentos utilizados durante la estancia del cliente.	Lambertine L. Técnica hotelera. Compañía editorial continental. 1999
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Departamento de Ama de Llaves, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	Caja de Recepción: • Organización y Funciones del personal • Gestión de caja • Manejo de dinero en efectivo • Manejo de tarjetas de crédito • Cuentas/ciudad • Paid / out (salidas de caja) • Diarios de Producción	López, A. La gobernanta. Manual de hostelería. Thomson Editores. Paraninfo. Decima edición. 2002 Marcuello A. Habilidades de Comunicación: técnicas para la comunicación eficaz-psicología on line. 2013 Mestres, J. Técnicas de gestión y dirección hotelera. Gestión 2000. 2003 Milio I. Organización y control del alojamiento. Editorial Thomson / Paraninfo. Primera

Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Departamento de Lavandería, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	• Facturación • Apertura y Cierre de la cuenta huésped	edición. 2003
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Departamento de Alimentos y Bebidas, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional.	Auditoría Nocturna: • Aplicación de tarifas • Revisión de tarjetas y folios • Saldos • Modalidades de pago • Cuentas Maestras • Depósitos y No show • Control de facturación • Ventas • Información y revisión de crédito • Planes especiales • Paquetes especiales • Sistema de inventario de habitaciones • Reporte de proyecciones	Navarro, A. Manual para regiduría de pisos. Thomson / Paraninfo. 2006. Parili, E. Diseño de hoteles. Arte. 2009 Ramirez C. Hoteles gerencia seguridad y mantenimiento. Editorial trillas. 2002 Reyes P. Administración por objetivos. Limusa-Noriega editores. 2004
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que se cumplen en el Departamento de Mantenimiento y Seguridad, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional	Departamento de Ama de Llaves: • Organigrama del departamento • Funciones del personal • Información General de los Servicios de habitaciones • Tratamiento de requerimientos especiales del cliente. • Servicio de cuartos • Circuitos técnicos de trabajo • Limpieza, arreglo y disposición de las unidades habitacionales • Ejecución de estándares de calidad • Supervisión de pisos • Reportes de trabajo y formatos • Actividades prioritarias en el turno de la mañana • Planos por piso (minucioso) (House Brekout Rooms). • Consideraciones en la contratación del personal • Supervisión del trabajo ejecutado • Guía del personal	Ribeiro, L. La comunicación eficaz. Editorial Urano. 2013 Steward, S. Introducción a las actividades hoteleras. Thomson / Paraninfo. Primera edición. 2001.
Comprende y respeta los procesos que se consideran en las buenas prácticas bajo los criterios de sustentabilidad y sostenibilidad en las organizaciones de alojamiento y servicios de la hospitalidad.		
Identifica la importancia de los principales componentes operativos que		

se cumplen en el Departamento de Animación y Recreación, sus sistemas de trabajo, manejo de recursos, y procedimientos con el propósito de fortalecer el desarrollo integral en la formación profesional	• Sistema y Cartelera de • Supervisión de áreas publicas
Comprende y valora las diferentes teorías de la organización, para describir los principales elementos de la gestión con la finalidad de fomentar la participación de los prestadores de servicio.	Departamento de Lavandería: • Organigrama del departamento • Funciones del personal • Información General del servicio de lavandería • Tratamiento de requerimientos especiales de la clientela. • Circuitos técnicos de trabajo • Sistema de desarrollo del servicio de la lavandería • Circuito de lavado, planchazo y tratamiento de la ropa de la clientela • Valet de piso (lencero de habitaciones) • Área de Lencería • Sistema de control de lencería • Office o privados de piso • Sistemas de inventarios • Coordinación Interdepartamental
Investiga las nuevas modalidades y/o tendencias en las organizaciones de alojamiento y reconoce la operacionalización y comercialización para determinar la comercialización y distribución de los productos y servicios que permitan la participación en el desarrollo de su entorno	Departamento de Alimentos y Bebidas: • Organigrama y Funciones • Organizaciones de alimentos y bebidas • Tipos de servicio • Desarrollo del servicio • Circuitos de trabajo • Ofertas gastronómicas • Planes y Paquetes • Contratación de banquetes • Eventos especiales
Investiga sobre la teoría administrativa y promueve la aplicación en las empresas socio-productivas permitiendo establecer una relación de participación con los actores sociales de las comunidades	
Desarrolla una comunicación efectiva y fomenta estrategias de trabajo colaborativo promoviendo los proyectos en la actividad turística.	Departamento de Mantenimiento y Seguridad en Alojamiento: • Organigrama y Funciones • Instalaciones

	• Equipamiento • Recursos y suministros • Medidas para la accesibilidad en los hoteles de personas con movilidad reducida • Prevención y Seguridad • Manejos de riesgos en alojamiento • Plan de emergencia y evacuación • Situaciones especiales Buenas Practicas en el Alojamiento: Buenas Practicas: Responsabilidad eco sustentable en las organizaciones de alojamiento y servicios de la hospitalidad. importancia de las Buenas Practicas, principios, valores, ética y hospitalidad, corresponsabilidad social de las unidades socio-productivas, cultura de las comunidades, leyes y reglamentos del alojamiento Departamento de Animación y Recreación: • Organigrama • Funciones • Organización • Funciones del personal • Tipos de animación • Perfil del animador • Principios básicos para el diseño de programas • Programas de animación en alojamiento • Relaciones interdepartamentales El proceso administrativo: teorías de la organización, estructuras organizativas, dirección: tipos de dirección, autoridad, liderazgo, diferentes tipos de mandos. Conoce los procesos administrativos y los lineamientos de control, en las organizaciones de alojamiento. Manejo del entorno y las nuevas tendencias del alojamiento: el entorno socio cultural, económico, ecológico, demográfico, estudio de la comercialización, avances tecnológicos y de comunicación	
--	---	--

	Elementos Gerenciales: La dirección por objetivos, Teoría administrativa, el “management” hotelero, el diagnóstico y la auditoría estratégica, así como la planificación estratégica, dirección participativa, políticas y consideraciones gerenciales, Programas y directrices gerenciales, gerencia de seguridad social. Comunicación Efectiva, dirigida a las organizaciones de alojamiento y servicios de la hospitalidad: elementos técnicos de la comunicación aplicados a las comunidades socioproductivas, la comunicación organizacional, la comunicación en la promoción de los productos y servicios turísticos, la comunicación en la nueva era tecnológica.	
Experiencias de Formación El programa se desarrollara de forma continua con explicaciones del docente y estudio de parte del alumno según la bibliografía recomendada, la metodología se basara en la participación activa del participante, tanto individual como grupal, a través del análisis de artículos, lecturas complementarias específicas de acuerdo a cada contenido, reflexionando, debatiendo y exponiendo las distintas opiniones y conclusiones, así como la recomendación en resoluciones de casos, ejemplos y casos prácticos, de manera más específica, la metodología en las clases es la siguiente: *Asistencia y participación activa en clase: las clases se dividen en dos (02) actividades, por una parte, lecciones teóricas magistrales del docente sobre la base del material didáctico preparado, y la otra actividad, resolución de casos prácticos desarrollados por los participantes de forma individual y/o grupo. *Se propone una serie de sesiones de trabajo teórico/practico donde se desarrollen objetivos de la unidad teórica (final de cada contenido). *Se recomienda como apoyo a cada sesión presencial la asistencia a tutorías para aclarar dudas durante toda la unidad curricular, y toda aquella información (avisos, correos, páginas web recomendadas, exámenes y consultas que faciliten el seguimiento y desarrollo de las sesiones o encuentros de las clases. *Proceso de evaluación continua y de asistencia obligatoria		
Evidencias de saberes productivos • Aplica las técnicas y principios básicos de la Tecnología del Alojamiento. • Demuestra interés y motivación en la aplicación de las técnicas y procedimientos funcionales como un sistema en la contraprestación del servicio. (Evaluación directa – lista de cotejo). • Expresa de manera oral las diferencias entre la evaluación de carácter técnico y administrativo en las organizaciones y/o modalidades de alojamiento. • Expone de manera oral la conceptualización, origen y clasificación de los diferentes lineamientos de la Tecnología del Alojamiento. • Presenta por escrito, a través de un mapa conceptual y/o mental la relación existente entre las variables operativas y administrativas. • Maneja adecuadamente la terminología técnica empleada en las relaciones comerciales en las organizaciones de alojamiento. • Aplica metodologías adecuadas en la evaluación del impacto social y ambiental en las nuevas tendencias de alojamiento. • Desarrolla estrategias para una comunicación efectiva en las organizaciones de alojamiento y servicios de la hospitalidad.		