

TRAYECTO IV MENCIÓN GESTIÓN TURÍSTICA

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Proyecto Sociointegrador IV (Mención Gestión Turística)			Unidades crédito: 7
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Julio de 2013	Horas Semanales: 5	Código: TGT4PS57
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.	
<p>Justificación: La fase de ejecución del proyecto sociointegrador incluye dos elementos importantes de cara al objetivo global de bienestar de la población objeto de la iniciativa: seguimiento y evaluación aplicando competencias para la administración del proyecto. Se requiere una auténtica tarea de dirección, que permita la coordinación de los principales actores, y la comunicación entre todos ellos. Es la aplicación de conocimientos, aptitudes, herramientas y técnicas a las actividades, encaminadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios finales.</p> <p>Se trata de una fase en donde los comportamientos de las personas y la calidad de los recursos humanos condicionan la productividad y la corriente de bienes y servicios que se espera obtener con el proyecto. La dirección del proyecto en la fase de operación y gestión consiste en planificar, organizar, supervisar y controlar todos los aspectos del proyecto, así como la motivación de todos aquellos que están implicados en el proyecto, para alcanzar los objetivos de modo seguro y dentro de los criterios definidos de coste, retrasos y rendimientos.</p> <p>Una vez ejecutado el proyecto, la evaluación de los resultados tiene por objeto determinar si se han cumplido o no sus objetivos. Para ello es importante que éstos puedan cuantificarse en el seguimiento de las actividades para que, una vez finalizada la inversión social y en infraestructura, sea posible su comparación con los resultados alcanzados.</p> <p>El análisis de los resultados, es decir de las desviaciones entre lo realmente conseguido y lo programado, persigue el propósito fundamental de aprender y acumular experiencias vividas. Los resultados del seguimiento del proyecto desde la pertinencia, la eficacia y la eficiencia, permitirá la evaluación vía empoderamiento social de las instituciones locales públicas, privadas y comunales para los ajustes pertinentes</p> <p>Cuando el proyecto finaliza, es un buen momento para celebrar una reunión con los participantes e integrantes del equipo, analizar lo que ha ido bien y lo que no, y elaborar informes finales, ya sea impresos o en línea, pero que no se engavete, sino se promocióne.</p> <p>En esta etapa se evalúan las fuentes de financiamiento y se delinear las acciones de promoción y comercialización de los productos y servicios a ofrecer.</p> <p>En esta unidad curricular se elabora el informe de documentación de la ejecución y evaluación del proyecto, cuyos resultados objetivos sirven para</p>			

nutrir la experiencia en la puesta en valor de la idea inicial y fomentar otros proyectos identificados en el proceso de inversión.

Habilidades, destrezas y saberes	Contenidos emergentes articulados	Referencias
<p>Conoce y aplica las competencias para la administración de proyectos para gestionar colectivamente la inversión y su puesta en marcha.</p>	<p>1. Competencias para la administración de proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas. • Contextuales. • Comportamiento. 	<p>Acción Social. Manual de formulación de proyectos de cooperación internacional. Presidencia República de Colombia. Imprenta Nacional de Colombia, 2006.</p>
<p>Evalúa eficazmente los costos y gastos de operación del proyecto, estableciendo precios y tarifas justas para un mercado solidario.</p>	<p>2. Contraloría social de los proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de empoderamiento • Seguimiento como gestión continua del proyecto. • Evaluación como impacto externo del proyecto. 	<p>Blaxter, L., et Al. Cómo se hace una investigación. 2000.</p> <p>Borón, A. Manual de metodología de CLACSO. 2005.</p>
<p>Analiza reflexivamente las proyecciones económica y financiera del proyecto para identificar categorías de pertinencia y eficacia de la sostenibilidad en el tiempo.</p>	<p>3. Sistema de indicadores de seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empoderamiento interno. • Empoderamiento externo. • Registro de información. • Análisis e interpretación de la información, 	<p>Cazorla, I. et Al. Desarrollo rural: modelos de planificación.</p> <p>De los ríos, I. et Al. Análisis y diagnósticos: proyecto de desarrollo rural en el altiplano peruano. ETSIA-Universidad Politécnica de Madrid, 2007.</p>
<p>Diseña conscientemente la gestión del servicio o producto, aportando su conocimiento en la organización jurídica, el organigrama y las capacidades del talento humano que hará sustentable el proyecto.</p>	<p>4. Estrategias de financiamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes públicas y privadas. • Microfinanzas. • Cooperación para el desarrollo. 	<p>EuropAid. Manual gestión del ciclo de proyectos. Comisión Europea, 2001.</p> <p>Guía metodológica para Proyectos y productos de Turismo cultural sustentable. (2010).</p>
<p>Coopera proactivamente en la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y las acciones de corrección, para culminar el documento técnico del proyecto de instrucción o factibilidad.</p>	<p>5. Estrategias de promoción y comercialización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradicionales. • Emergentes. 	<p>Hernández et Al. Metodología de investigación. 2001.</p> <p>Martínez, M. Ciencia y arte en la metodología cuantitativa y cualitativa. 2006.</p>

		<p>Martínez M. El Paradigma Emergente, hacia una nueva teoría de la racionalidad científica. 2006.</p> <p>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, 2005.</p> <p>Rivero, J. Curso de metodología investigación-acción epistemología de la investigación-acción. 2004.</p>
<p>Experiencias de formación</p> <p>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.</p>		
<p>Evidencias de saberes productivos</p> <p>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.</p>		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Idioma Inglés (Específica) Mención Gestión Turística			Unidades crédito: 8
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Junio de 2013	Horas Semanales: 6	Código: TGT4ID68
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF.		Perfil Docente: Profesor de Inglés o Licenciado en Idiomas Modernos	
<p>Justificación: La unidad curricular IDIOMAS - Inglés (Trayecto IV con mención) está enmarcada en el eje de Formación Profesional del participante del Programa Nacional de Formación en Turismo, constituyéndose en el último 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 en su lugar, otra lengua extranjera o una indígena, de acuerdo a las necesidades comunicativas de cada territorialidad y/o en función de la oferta universitaria.</p> <p>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.</p> <p>El programa sinóptico de IDIOMAS tiene un carácter teórico-práctico integrado y está diseñado para desarrollarse a través del enfoque comunicativo, por lo cual los grupos de participantes deberían poseer preferiblemente un número máximo de 25 estudiantes para una facilitación oportuna y de calidad.</p> <p>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.</p>			
Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias	
Se expresa correctamente en diversos tiempos	1. Revisión de diversos tiempos verbales (presente simple,	Bygrave,	J. Total English

<p>verbales para diferenciar la cronología de las acciones.</p> <p>Describe detalladamente procesos para resaltar la importancia del objeto directo de la oración activa a la pasiva.</p> <p>Expresa en forma oral y escrita probabilidades para plantear situaciones hipotéticas en inglés.</p> <p>Utiliza proactivamente expresiones que indican necesidad y deber en su proceso de socialización.</p> <p>Usa acertadamente realizaciones lingüísticas para comunicar situaciones propias del contexto turístico.</p> <p>Recibe y da con precisión instrucciones para la preparación de alimentos y bebidas para hacer atractiva la oferta de platos de la gastronomía nacional e internacional.</p> <p>Utiliza oportunamente vocabulario relacionado con ingredientes y recetas de cocina para demostrar conocimiento en torno a la materia prima que se utiliza en las mismas.</p> <p>Explica con claridad y pone en práctica la organización de la mesa en el contexto hotelero.</p> <p>Expresa dominio oral y escrito en el uso de cláusulas relativas y expresiones idiomáticas para comunicar información propia del ámbito turístico y la mención donde se ubica.</p> <p>Domina lingüística y culturalmente el uso social de la lengua a nivel intermedio/avanzado.</p>	<p>continuo y perfecto, pasado simple, continuo y perfecto, futuro simple y con “going to”, condicional simple y compuesto). Forma “used to”. Oraciones directas y en lenguaje reportado.</p> <p>2. Voz activa y voz pasiva (procesos relacionados con la preparación de platos nacionales y de la cocina internacional / arreglo de habitaciones / procesos administrativos en empresas de alojamiento y elaboración de itinerarios)</p> <p>3. Oraciones con “if” (Condicional II)</p> <p>-Verbos modales (“can, could, may, might, must, should, will, shall, would”)</p> <p>4. Verbos frasales y preposicionales</p> <p>(verbo+ preposición+ frase nominal o verbo + pronombre objeto + preposición, ejemplo: “pick up the tourists or pick them up” / verbo + preposición + frase nominal o verbo+ preposición +pronombre objeto, ejemplo: “look for the budget or look for it...”)</p> <p>5. Frases nominales del contexto turístico (“tour operator business, e-commerce holidays, tailor-made holidays, independent concern, travel arrangements, booking procedures, outward flight, weekly gala dinner, evening entertainment program, scuba diving lessons, meal vouchers, main courses, starters...”)</p> <p>6. Imperativo (“commands, regulations, orders, directions, instructions”). Señales de tránsito, íconos informativos.</p> <p>7. Sustantivos contables y no contables (con cuantificadores: “some, any, many, much, a few, a little”. Medidas, cantidades: kilos, pounds, liters, gallons, a pot of, a carafe of,</p>	<p>(Intermediate). London: Pearson Longman, 2005.</p> <p>Dubicka, I. y O’Keeffe, M. English for International Tourism (Pre-intermediate) Harlow: Longman, 2003</p> <p>Longman. Language Activator. The world’s first production dictionary. Harlow, Essex, England: Longman Group UK Limited, 2000.</p> <p>Oxford. Oxford Photo Dictionary. Practice exercises for classroom use or self-study. New York: Oxford University Press, 2003.</p> <p>Rost, M. Worldview III. New York: Longman, 2005.</p> <p>Strutt, P. English for International Tourism (Intermediate) Harlow: Longman, 2003.</p> <p>The British Council. English The Venezuelan Way. Caracas: Mintur,</p>
--	---	---

	<p>a rack of, a bunch of, a bottle of...")</p> <p>8. Alimentos y bebidas relacionados con la gastronomía nacional e internacional (recommendations, preparation</p> <p>9. Verbos relacionados con la preparación de las comidas: "bake, fry, garnish, grill, serve, steam, slice, poach, relish..."</p> <p>10. Servicios y paquetes turísticos ("hotel facilities, restaurants, means of transportations, itineraries")</p> <p>11. Comunicaciones escritas (tipos de carta: personales, informativas, de solicitud de información, de queja, de disculpas,)</p> <p>12. Cláusulas relativas ("where, when, which, whose, that")</p> <p>13. Expresiones idiomáticas propias de la mención Gastronomía, Alojamiento, Gestión Turística y Guiatura Turística ("to win back the business, to check out some spots, the last straw, to miss the point, to bring the matter to someone's attention, to be dead on time,..." En Francés: "a la carte, bon appétit, des plats Français, ...noisettes d'agneau" / celebraciones, ceremonias, tradiciones, festivales nacionales e internacionales")</p>	2009.
<p>Experiencias de formación</p>		
<p>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, exposiciones orales), juegos didácticos, lectura de cuadros gramaticales, instrucciones e información pertinente de los contenidos.</p>		
<p>Evidencias de saberes productivos</p>		
<p>Comprensión auditiva, producción oral fluida, modulación fonológica, entonación, comprensión lectora y producción escrita a través de elementos de gramática, sintaxis, uso pertinente y oportuno del vocabulario, lenguaje gestual y corporal y conocimiento de elementos sociolingüísticos a nivel intermedio-avanzado.</p>		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Formulación de Proyectos de Inversión y Plan de Negocios para Emprendimientos Turísticos. (Específica)			Unidades crédito: 5
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Diciembre 2013	Horas Semanales: 4	Código: TGT4FPI45
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docente: Licenciado en turismo, licenciado en administración, Economista con estudios de postgrado en turismo.	
<p>Justificación: Formulación de proyectos de inversión y plan de negocios para emprendimientos, se orienta a proveer al estudiante instrumentos que permiten sobre la base teórica-práctica construir el manual de gestión en el emprendimiento exitoso de unidades de prestación de servicios de guiatura.</p> <p>Se pretende que el estudiante, adquiera y desarrolle habilidades y destrezas en la programación, diseño, organización, cálculo, análisis de escenarios y acondicionamiento de las ideas de negocios en emprendimientos viables que cubran expectativas tanto propias como de usuarios.</p> <p>La actividad turística es una actividad que incluye múltiples servicios que permite integrar una cadena de actividades y valor, en unidades o emprendimientos de diversa índole, por ello se hace necesario dotar al futuro egresado de elementos, técnicas y herramientas que le permitan formular con éxito tanto el proyecto como el plan de negocios de ese emprendimiento. En ese sentido ha de contar con suficientes conocimientos sobre esta área a efectos de articular todo su funcionamiento, operatividad y sobre todo la evaluación anticipada de sus posibles resultados.</p>			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Identifica objetivamente la importancia del Plan de negocios y el diseño del proyecto de inversión económica en el desarrollo y el éxito del emprendimiento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto, importancia y generalidades sobre el proyecto de factibilidad y el plan de negocios. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Definiciones sobre proyectos de inversión y plan de negocios 1.2. Importancia de formular técnicamente el proyecto de inversión y realizar el plan de negocios. 1.3. Proceso de formulación desde la idea de negocios hasta el proyecto de factibilidad. 1.4. Características del Plan de negocios. 1.5. Como surgen los proyectos en turismo 1.6. Organismos con apoyo financiero para la ejecución de proyectos turísticos. 	<p>Agencia alemana de cooperación técnica para el desarrollo. <i>Planificación de Proyectos orientada a Objetivos.</i> [en línea] [Alemania]: Herrmann & Herrmann, 2001. Disponible en World Wide Web http://www.jjponline.com/marcologico/general.html (Consultada 06/08/07)</p>

Describe analíticamente los principales instrumentos de acción gerencial en un Emprendimiento con el propósito de evaluar los resultados obtenidos en la referida unidad de prestación de servicios turísticos.	<p>2. Descripción de antecedentes de la empresa</p> <p>2.1. Historia y evolución, principales productos y procesos.</p> <p>2.2. Misión, visión, objetivos, estrategias, políticos, planes.</p> <p>2.3. Organización y recursos.</p> <p>2.4. Evaluación de resultados obtenidos.</p>	<p>Banco interamericano de desarrollo. Oficina de evaluación. (1997). <i>Evaluación: una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos</i>. [En línea] [USA]: Washington, BID. Disponible en World Wide Web http://www.iadb.org/cont/evo/spbook/laevalua.htm (Consultada 06/08/07)</p>
Reconoce objetivamente el impacto de variables y hechos del entorno en el desarrollo y consolidación de un emprendimiento o idea de negocios de servicios turísticos, valorando su impacto a efectos de tomar decisiones que permitan atenuar su presencia y aprovechar su incidencia.	<p>3. Descripción del entorno</p> <p>3.1. Tendencias.</p> <p>3.2. Análisis de variables sociales, políticas y técnico - turísticas.</p> <p>3.3. Situación competitiva.</p>	<p>BANDES. <i>Metodología para elaboración de proyectos</i>. Disponible en web http://www.bandes.gob.ve/uploads/5d/d2/5dd2e0cff43f927af8330f3a2683d38e/RECAUDOS_SECTOR_TURISMO_Y_SERVICIOS_31-01-12.pdf</p>
Utiliza eficazmente modelos de matrices de competitividad como herramienta de análisis y planificación estratégica de la unidad de prestación de servicios turísticos o emprendimiento, con el propósito de construir y diseñar ventajas y fortalezas para el emprendimiento o idea de negocio propuesto	<p>4. Plan de operaciones específico de la unidad de prestación de servicios de guiatura</p> <p>4.1. Diseño y distribución de planta física donde se localiza la unidad de prestación de servicios.</p> <p>4.2. Análisis de equipos, procesos y logística de apoyo para la prestación. Aseguramiento de calidad.</p> <p>4.3. Determinación de inversión.</p> <p>4.4. Planeación estratégica de la unidad del proyecto y de los servicios.</p> <p>4.5. Análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas.</p> <p>4.6. Establecimientos de estrategias.</p> <p>4.7. Desarrollo de matrices de competitividad.</p>	<p>Leclerq, P. Metodología para la preparación de proyectos en turismo.</p>
Propone efectivamente estrategias de producto-servicio, precios y mercado a efectos de darle sostenibilidad a la idea de negocios de la unidad de servicios o emprendimiento turístico.	<p>5. Estudio de mercado para el proyecto</p> <p>5.1. Análisis de la oferta</p> <p>5.2. Análisis de la demanda</p> <p>5.3. Análisis de la comercialización</p> <p>5.4. Análisis de precios</p> <p>5.5. Análisis de conjunto.</p>	
Reconoce objetivamente las funciones y procesos que deben llevar a cabo cada uno de las personas en la unidad de prestación de servicios o emprendimiento, con el propósito programar y ejecutar planes de mejoramiento e integración que permitan suministrar servicios de mayor calidad y con alto espíritu humanista.	<p>6. Organización y gestión de talento humano.</p> <p>6.1. Políticas y estrategias.</p> <p>6.2. Estructura, sistemas e integración de recursos humanos.</p> <p>6.3. Programa de implementación</p>	

<p>Propone efectivamente estrategias de segmento, mercado, precios, productos y servicios a efectos de darle sostenibilidad a la idea de negocios de la unidad de servicios turísticos o emprendimiento</p>	<p>7. Estrategia de componentes estratégicos del negocio 7.1. Definición de segmento 7.2. Estrategia de producto y servicio. 7.3. Estrategia de precios. 7.4. Planteamiento y Desarrollo de ventajas competitivas 7.5. Estrategias de mercado meta. Posicionamiento competitivo</p>	
<p>Propone y evalúa objetivamente la viabilidad del proyecto o emprendimiento sobre la base del análisis técnico de resultados esperados en los componentes económicos, sociales y de responsabilidad social de la empresa.</p>	<p>8. Análisis y Evaluación Económico Financiero, social y ambiental. 8.1. Estrategias de financiamiento 8.2. Presupuesto: de Ingresos y egresos. 8.3. Estados financieros proyectados. 8.4. Indicadores económicos y financieros 8.5. Impacto social y ambiental del proyecto 8.6. Programas de responsabilidad social 8.7. Evolución económica financiera.</p>	
<p>Experiencias de formación: El profesor debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velar por el buen desenvolvimiento de las relaciones interpersonales entre los estudiantes y su entorno social. • Conocer técnicas matemática, estadística de proyección y estimación a futuro, elementos de marketing turístico, entre otros. • Conocer el uso y manejo de medios y las herramientas que intervienen en los procesos de difusión (teléfonos, computadores, buscadores, blogs, redes sociales, otros). • Fomentar el uso de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la unidad curricular. 		
<p>Evidencias de saberes productivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construir una síntesis donde explique el proceso de formulación del proyecto desde la idea de negocios hasta el proyecto de factibilidad. Además debe incluir las características que debe tener un plan de negocios para un emprendimiento caracterizado por el docente, así como identificar los organismos con apoyo financiero para la ejecución de proyectos turísticos y señalar cuál de estos conviene para la idea de negocios propuesta. • Elaborar una síntesis donde describa analíticamente los principales obtenidos en el emprendimiento propuesto por el docente. • Realizar una síntesis gráfica sobre el impacto de variables y hechos del entorno en el desarrollo y consolidación de un emprendimiento o idea de negocios de servicios turísticos propuesto o caracterizado por el docente. • Construir el modelo de matrices de competitividad para una unidad de prestación de servicios turísticos o emprendimiento propuesto por el docente. • Proponer en un documento síntesis la estrategia de producto-servicio, precios y mercado que le dará sostenibilidad a la idea de negocios de la unidad de servicios o emprendimiento turístico planteada por el docente. • Proponer las principales funciones y actividades que deben llevar a cabo en cada una de las áreas o departamentos que mantendrá la unidad de prestación de servicios o emprendimiento propuesta por el docente. • Elaborar esquemáticamente las estrategias de segmento, mercado, precios, productos y servicios a efectos de darle sostenibilidad a la idea de negocios de la unidad de servicios turísticos o emprendimiento. • Realizar la evaluación económica, social, ambiental y de responsabilidad social del emprendimiento propuesto por el docente. 		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO

Unidad Curricular: Formulación y Gestión del Plan de Marketing Turístico para Destinos (Específica)

Unidades crédito: 5

Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.

Trayecto: IV

Fecha de elaboración: Diciembre 2013

Horas Semanales: 4

Código: TGT4FGM45

Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo

Perfil Docente: Licenciado en turismo, Economista, licenciado en administración con estudios de postgrado en turismo.

Justificación: Formulación y Gestión del Plan de Marketing Turístico para Destinos, es una unidad curricular muy completa y fundamental en el proceso formativo del futuro profesional de turismo, esta unidad curricular facilita al estudiante herramientas teórica-práctica que le permiten tener una visión integral de la gestión comercial de un destino turístico desde el análisis de la organización, el diseño del producto o los productos hasta la retroalimentación del turista por su satisfacción.

La incorporación de esta unidad curricular en el plan de estudio busca que el estudiante, adquiera y desarrolle habilidades y destrezas en la formulación, ejecución y evolución de estrategias y acciones que incluyen el diseño del producto, la estrategia persuasiva, la de distribución, la definición del segmento y el mercado entre otras con lo cual el destino turístico ha de desarrollar políticas de crecimiento sostenible.

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Reconoce con responsabilidad global el significado del marketing turístico en la consolidación y de destinos, y de esta manera con lo cual apoya técnicamente la gestión de dichas destinos turísticos.	1. Significado e importancia del plan de marketing para el destino. 1.1. Importancia del plan de marketing 1.2. Alcances y metodología de elaboración. 1.3. La gestión del plan de marketing turístico para destinos. 1.4. Estructura del plan de Marketing para destinos.	Acerenza, M. Competitividad de Destinos Turísticos. México, editorial Trillas, 2009. Acerenza, M. Promoción Turística. México, editorial Trillas. 1994.
Analiza objetivamente los escenarios y las condiciones de los principales componentes de marketing en un destino con el propósito de generar propuestas que permitan mejorar y hacer más competitivo el destino turístico.	2. El análisis situacional, de escenarios y tendencias. 2.1. Análisis FODA y de coyuntura. 2.2. Análisis de tendencias. 2.3. Estudio de componentes: 2.3.1. Demanda 2.3.2. Oferta 2.3.3. Mercados 2.3.4. Posicionamiento 2.3.5. Productos 2.3.6. Competidores	Brenes Bonilla, L. <i>Gestión de la comercialización</i> . Madrid. EUNET. 2002. Cassava R, C. Marketing turístico. Editorial Trillas. Mexico, DF. 2006 Kotler, P. Bowel J. Makes, J. <i>Marketing</i>

	2.3.7.Comunicación 2.3.8.Comercialización	<i>para turismo.</i> Madrid, Pearson Educación, tercera edición, 2004.
Propone analíticamente objetivos y estrategias sobre los de los principales componentes de marketing en un destino con el propósito de generar propuestas que permitan mejorar y hacer más competitivo el destino turístico.	3. Fijación de objetivos y estrategias 3.1. Metodología de construcción de La visión compartida o situación deseada. 3.2. Los objetivos y las estrategias del plan por componentes del plan por componentes. 3.2.1. Demanda 3.2.2. Oferta 3.2.3. Mercados 3.2.4. Posicionamiento 3.2.5. Productos 3.2.6. Competidores 3.2.7. Comunicación 3.2.8. Comercialización	Mediano, S. Gestión del marketing en el turismo rural. Madrid, Pearson Educación, 2004. Ruano, C. Promoción y comercialización de productos turísticos locales. IC editorial, Madrid., 2011
Realiza objetivamente el control de gestión del plan de marketing turístico, a fin de establecer los correctivos que hagan más competitivo el destino turístico.	4. El control de gestión del plan de marketing. 4.1. Las metas, responsabilidades y resultados. 4.2. El presupuesto del plan de marketing 4.3. La retroalimentación y el control de gestión; estrategia de revisión.	
Experiencias de formación: El profesor debe: <ol style="list-style-type: none"> 1. Velar por el buen desenvolvimiento de las relaciones interpersonales entre los estudiantes y su entorno social. 2. Corregir posturas, gestos, lenguaje corporal y oral y cualquier otra manifestación de comunicación en los estudiantes. 3. Técnicas y estrategias de marketing turístico. 4. Conocer el uso y manejo de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la unidad curricular. 5. Propiciar la interacción entre los estudiantes. 		
Evidencias de saberes productivos: <ol style="list-style-type: none"> 1. Construir una síntesis grafica donde proponga la estructura de un plan de marketing para un destino caracterizado por el docente. 2. Elaborar un mapa conceptual del análisis situacional de los principales componentes de marketing para el destino caracterizado por el docente. 3. Describir los principales objetivos y estrategias de marketing para el destino caracterizado por el docente. 4. Realizar una síntesis de los principales elementos de control de gestión del plan de marketing turístico para el destino caracterizado por el docente. 		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO

Unidad Curricular: Turismo Alternativo (Específica)

Unidades crédito: 4

Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.

Trayecto: IV

Fecha de elaboración: Diciembre 2013

Horas Semanales: 6

Código: TGT4TA64

Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo

Perfil Docente: Licenciado en turismo preferiblemente con estudios postgrado en turismo.

Justificación: Desde mediado del siglo pasado el mundo ha cambiado drásticamente, sobran los elementos demostrativos en la tecnología, la política, la ciencia, el modo de vida, las formas de alimentación, la economía y hasta en los valores de los humano. El turismo como expresión del hombre también no ha sido ajeno esos cambios, del turismo fordista pasamos aun turismo de grupos, interpretativo, consciente y menos depredador, amante de valores, tradiciones y hasta d mayor participación activa que busca mayor drenaje de adrenalina. Bajo este marco general de cambio surge la necesidad de generar una unidad curricular adaptada y en secuencia a estos cambios, de allí la importancia de abordar como área de conocimiento y estudio a Turismo Alternativo la cual vienen a aportar el estudio y comprensión de los cambios en el turismo, la presencia del ecoturismo, los deportes extremos y el turismo de aventura, el turismo rural o agroturismo con lo cual el estudiante tendrá un conocimiento en tiempo real y podrá generar propuestas que se identifiquen con la realidad.

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Describe analíticamente las distintas formas de turismo alternativo y las relaciona con los hechos del mundo actual.	1. Turismo alternativo y conciencia sustentable. 1.1. Definición de turismo alternativo 1.2. Origen y evolución del turismo alternativo 1.3. Formas de turismo alternativo	Ander-egg, E. Metodología práctica de la animación sociocultural. Humanista. Argentina. 2006
Aplica eficientemente técnicas de recreación y participación social y las vincula al turismo, contribuyendo de esta manera al desarrollo no solo de la actividad turística sino también a mejorar la calidad de vida de residentes con el conocimiento de estas técnicas que podrá a su disposición.	2. Animación turística y recreación. 2.1. Ocio, tiempo libre, recreación, animación y diversión. 2.2. Técnicas de recreación y participación social.	Ageli, M. Martignoni, S. Trimeri, M. <i>Trekking. Historia, técnica y lugares.</i> Editorial: PAIDOTRIBO. Madrid España. 2005. Bennett, J. <i>Manual del kayakista de aguas bravas.</i> Editorial: PAIDOTRIBO. Madrid España. 2005
Practica ética y humanamente la gestión ambiental del ecoturismo contribuyendo sustentablemente al cuidado y conservación de atractivos y recursos turísticos y contribuyendo al desarrollo sostenible del turismo en las áreas	3. El ecoturismo. 3.1. Origen y evolución 3.2. Principales prácticas y actividades ecoturísticas. 3.3. Principios y fundamentos de la práctica	

donde se practica el ecoturismo.	ecoturística. 3.4. La gestión ambiental en ecoturismo.	Lizama, J. <i>Manual básico de supervivencia</i> . Editorial: Desnivel. Madrid. España. 2006
Conoce de manera básica la operación y práctica de alguna de las actividades más comunes del turismo de aventura y deportes extremos según las características propias y los escenarios.	4. El turismo de aventura y deportes extremos. 4.1. Origen y evolución. 4.2. Formas y prácticas del turismo de aventura y deportes extremos. 4.3. Técnicas de operación de las principales modalidades del turismo de aventura.	Sáez, G. <i>Manual del parapentista</i> . Disponible en web. http://es.scribd.com/doc/2309183/Parapente-MANUAL-DEL-PARAPENTISTA-Edicion-Completa .
Conoce de manera básica la operación y práctica del turismo rural, lo cual es suficiente para generar propuestas de operación de esta modalidad.	5. Turismo rural 5.1. Definición y caracterización. 5.2. Principales actividades y organización de servicios. 5.3. La gestión de desarrollos de turismo rural.	Sandoval, E. <i>Ecoturismo: operación técnica y gestión ambiental</i> . Editorial Trillas. México D.F. 2006 Zamorano, F. <i>Turismo alternativo</i> . Editorial Trillas. México DF. 2002

Experiencias de formación

El profesor debe:

- Velar por el buen desenvolvimiento de las relaciones interpersonales entre los estudiantes y su entorno social.
- Corregir posturas, gestos, lenguaje corporal y oral y cualquier otra manifestación de comunicación en los estudiantes.
- Conocer el uso y manejo de las herramientas que intervienen dentro de la actividad del guía de turismo (Mapas, brújulas, GPS's, Cartografía y orientación básica). Además de equipos de práctica de turismo de aventura.
- Conocer el uso y manejo de los equipos homologados utilizados para la realización de actividades de alto riesgo.
- Fomentar el uso de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la unidad curricular.
- Propiciar la interacción entre los estudiantes.

Evidencias de saberes productivos

- Construir una síntesis gráfica donde explique las tipologías del turismo alternativo.
- Elaborar un documento síntesis donde exponga las principales técnicas de recreación y participación social.
- Elaborar un documento gráfico sobre los principios y fundamentos de la práctica ecoturística
- Elaborar un documento síntesis que contenga las principales técnicas de operación de las modalidades más comunes en el entorno regional del turismo de aventura.
- Describir los principales actividades de turismo rural a desarrollar un emprendimiento propuesto por el docente.

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Gestión de Eventos, Ceremonial y Protocolo (Específica)			Unidades crédito: 4
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Diciembre 2013	Horas Semanales: 6	Código: TGT4GEC64
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docente: Licenciado en turismo, licenciado en relaciones industriales, licenciado en comunicación social preferiblemente con estudios de cuarto nivel en turismo	
<p>Justificación: Según la <u>Organización Mundial del Turismo</u>, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. Esta definición incluye una cantidad variada y amplia de actividades y servicios dirigidos a distintos públicos, entre ellas los eventos organizados incluidos conceptualmente como turismo de congresos y convenciones. Este rubro del turismo es uno de los negocios del turismo con mayor auge y significado en la producción de bienes y servicios (PIB) del sector turismo a nivel mundial. Por ello la necesidad de incluir una unidad curricular como Organización y Gestión de Eventos, la cual vienen a constituirse en una herramienta que aporta al estudiante fundamentos y orientaciones teórico-prácticas que le permiten conocer todo el proceso de planificación, organización, administración y ejecución de técnicas y manejo de las distintas tipologías de eventos.</p> <p>Organización y Gestión de Eventos, como unidad curricular pretende complementar la formación profesional en el guía de turismo aportándole habilidades y destrezas en la gestión de eventos y en el manejo de los grupos humanos que este hecho implica.</p> <p>La importancia de esta unidad curricular radica en su contribución respecto al proceso de gestión de los distintos eventos organizados tales como congresos, convenciones, asambleas, foros, talleres, cursos, etc. contribuyendo de esta manera a potenciar una forma alternativa de desarrollo de la actividad turística</p>			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Reconoce objetivamente la importancia del turismo de eventos, la comunicación y los componentes del éxito de un evento, los aspectos más significativos del ceremonial y el protocolo, con lo cual estará en capacidad de productos turísticos y realizar la conducción de grupos en los distintos eventos organizados.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los eventos y el turismo. <ol style="list-style-type: none"> 1.1.Importancia del turismo de eventos y las tendencia del turismo de eventos 1.2.Aspectos generales de los eventos y el ceremonial. 1.3.Motivos y Razones para realizar y asistir a un evento. 1.4.Definición de evento, los eventos especiales, 	<p>Benito, P. Manual de Protocolo para entidades locales S.D. & P.C.A. de Madrid.</p> <p>Gómez, A. La gerencia de eventos especiales en las relaciones</p>

	<p>1.5.Importancia de la planificación de eventos 1.6.La organización y Coordinación de los eventos. 1.7.La Comunicación y los componentes del éxito de un evento. 1.8.Los equipo de trabajo.</p>	<p>Públicas. Panapo: Caracas. 1989. Gómez, A. Congresos y convenciones. 1989.</p>
<p>Describe analíticamente las principales características de los distintos tipos de eventos, identificando cada una de las fases. A partir del ello el estudiante contará con herramientas teórico-prácticas que le permitan el diseño de distintos tipos de eventos de esta manera contribuir positivamente en el desarrollo del turismo receptivo.</p>	<p>2. Clasificación y fases de los eventos. 2.1.Clasificación, diferencia y características de los eventos según la Técnica y Procedimiento utilizado. 2.2.Fases de un evento: Idea, pre-evento; evento y post-evento</p>	<p>González, I. Protocolo Social: Greco: Caracas. 1987. Navarro, B. El Decanato del cuerpo diplomático y la precedencia de los Legados pontificios.</p>
<p>Propone objetivamente todo el proceso estratégico de planificación del evento con lo cual cuenta con saberes que le permiten el desarrollo de habilidades que contribuyen al logro del éxito en la organización y gestión de los eventos.</p>	<p>3. La planificación estratégica del evento 3.1.El Diseño, 3.2.La estrategia de promoción 3.3.El mercadeo.</p>	<p>Pumar, J. Prácticas de Ceremonial y Protocolo. Ayto S.C. Fundacion Gaixa. Galicia Varela, G. Relaciones públicas y Protocolo en la hostería. CDN Ciencias Dirección, S.A.</p>
<p>Estructurar eficientemente el monto requerido para desarrollar eventos organizados, calculando ingresos, egresos y por consiguiente evalúa la conveniencia de desarrollar económicamente el mismo, con el propósito de evaluar y tomar decisiones sobre la conveniencia de desarrollar efectivamente el evento propuesto.</p>	<p>4. Presupuesto y gestión financiera del evento. 4.1.Los objetivos y las metas físicas del evento 4.2.Los ingresos 4.3.Los egresos según rubros y actividades 4.4.El balance de ingresos-egresos 4.5.Los ingresos.</p>	
<p>Conoce, desarrolla y revisa responsablemente las normas de ceremonial y protocolo que deben aplicarse en la gestión de los eventos</p>	<p>5. Ceremonial y Protocolo en los eventos 5.1.Precedencia en los actos 5.2.El Alternado y el Orden Alfabético 5.3.Orden de Precedencia en la República Bolivariana de Venezuela</p>	

- 5.4.Comidas de etiqueta
- 5.5.Correspondencia diplomática
- 5.6.Presentaciones
- 5.7.Tratamiento a los Miembros del Cuerpo Diplomático
- 5.8.Reglas para el uso de las Condecoraciones
- 5.9.Formulario para agradecer Condecoraciones
- 5.10. Condecoraciones vigentes en la República Bolivariana de Venezuela.
- 5.11. Regla para el uso de los Símbolos Patrios
- 5.12. Ofrendas florales
- 5.13. Recepciones
- 5.14. Invitaciones
- 5.15. Equivalencias

Experiencias de formación

El profesor debe:

- Propiciar la integración de los equipos de trabajo desarrollando o solicitando propuestas de eventos organizados.
- Favorecer la realización de investigaciones sobre temarios y tópicos a desarrollar o proponer en los distintos eventos.
- Fomentar el proceso estratégico de planificación y organización de eventos integrando los distintos equipos de trabajo.
- Dar cabida a la flexibilidad en el seguimiento del proceso formativo y propiciar la interacción entre los estudiantes.
- Tomar en cuenta el conocimiento de los estudiantes como punto de partida y como posible obstáculo para la puesta en práctica de su propuesta de evento.

Evidencias de saberes productivos

- Construir un mapa conceptual sobre la importancia del turismo de eventos, la comunicación y los componentes del éxito de un evento, los aspectos más significativos del ceremonial y el protocolo.
- Elaborar un resumen que contenga las principales características y todo el proceso de los distintos tipos de eventos, identificando cada una de las fases según cada tipo de evento propuesto por grupos de trabajo.
- Realizar una síntesis de los aspectos estratégicos del evento, tales como: diseño, estrategia de promoción y el mercadeo.
- Elaborar un presupuesto para un evento asignado a cada grupo de trabajo.

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Gestión Financiera de Emprendimientos (Específica)			Unidades crédito: 4
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Diciembre 2013	Horas Semanales: 6	Código: TGT4GFE64
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docente: Licenciado en turismo, licenciado en administración de empresas, economista preferiblemente con estudios de cuarto nivel en turismo	
<p>Justificación: Gestión Financiera de Emprendimientos es una unidad curricular que provee al futuro profesional de las herramientas teórico- prácticas que les permitan realizar con sentido crítico y objetividad la planificación, el análisis y la retroalimentación de del sistema de programación, ejecución, control y análisis de los procesos financieros de los emprendimientos turísticos, integra bajo una visión holística elementos del presupuesto y la contabilidad para generar una excelente herramienta de gestión.</p> <p>Gestión Financiera de Emprendimientos aborda, los conceptos claves sobre el plan financiero de la empresa, la importancia de este, su clasificación y la integración de partidas por medio del plan Unicode cuentas. Incluye la metodología y forma de cálculo de proyección de ingresos y egresos operativos, el presupuesto de tesorería o caja que simplifica el ejercicio económico futuro de la organización, así como el análisis de los principales indicadores financieros de gestión con lo cual el estudiante tendrá un conjunto de instrumentos que le permitirán realizar objetivamente proyecciones y análisis de la futuras acciones que en materia económica financiera realizara la empresa.</p>			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Identifica objetivamente los conceptos básicos de Gestión financiera, Plan financiero, presupuesto, entorno financiero, función financiera, la estructura del plan financiero y el proceso o ciclo presupuestal. Con lo cual dispondrá de cultura de planificación financiera y así crear bases de una mejor gestión financiera en los emprendimientos turísticos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La Gestión y el Plan Financiero de la empresa en turismo. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Definiciones básicas de Gestión financiera, Plan financiero, presupuesto, entorno financiero. 1.2. Funciones de la gestión financiera. 1.3. El plan financiero, estructura y relación con el presupuesto y la contabilidad 1.4. El presupuesto como herramienta de la administración financiera. 1.5. Importancia del presupuesto 1.6. Proceso o ciclo del presupuesto. 1.7. El presupuesto y la estructura organizacional. 	<p>Boardman, R. Dirección y análisis de costos en hoteles y restaurantes. Ibérico Europea de Ediciones, S. A. España. 1974.</p> <p>Casanueva, C. García del Junco, J. Caro, F. Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2000.</p>
Realiza de forma práctica las estimaciones y proyecciones de ingresos operativos en emprendimientos turísticos,, con el propósito	<ol style="list-style-type: none"> 2. Formulación del Plan y Presupuesto de ingresos operativos. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Los objetivos en el presupuesto de ingresos. 2.2. Las proyecciones de la ocupación y las ventas. 	<p>Martin, I. Dirección y gestión de empresas del sector</p>

de conocer de forma anticipada cuales han de ser las ventas e ingresos de la unidad de producción y servicios turísticos y así contribuir al éxito de dicho establecimiento.	2.3. Proyección de ingresos, metodología de cálculo.	turístico. Pirámide. Madrid. 2003.
Realiza de forma práctica las estimaciones y proyecciones de costos y gastos operativos en emprendimientos turísticos, con el propósito de conocer de forma anticipada cuales han de ser los posibles egresos de la unidad de producción y servicios turísticos y así contribuir al éxito de dicho establecimiento.	3. Formulación del presupuesto de gastos operacionales. 3.1. Definiciones básicas de gastos, costos 3.2. Proyección de costos y gastos, elaboración del presupuesto consolidado de egresos operativos: metodología de cálculo.	López, M. Morales, D. Vallejo, E. Financiamiento turístico: fuentes internas y externas. Editorial Trillas. México. 1987. Lundberg, D. El negocio del turismo. Editorial Diana. México. 1997.
Realiza objetivamente el análisis de la gestión financiera del emprendimiento con base a resultados de indicadores económicos financieros. Con lo cual podrá realizar las correcciones y retroalimentaciones necesarias que permitan enrumbar con éxito la gestión financiera en emprendimientos.	4. Componentes, formulación y análisis del presupuesto financiero y de capital. 4.1. Análisis de requerimientos de capital y decisión de invertir. 4.1.1. El presupuesto de inversión o gastos de capital. 4.1.2. Sobre la base del incremento de ocupación/ingresos. 4.1.3. Sobre la base del financiamiento y la rentabilidad. 4.1.4. La decisión de financiamiento (criterios). 4.2. Los estados financieros y los principales indicadores de gestión financiera.	
<p>Experiencias de formación</p> <p>El profesor debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velar por el buen desenvolvimiento de las relaciones interpersonales entre los estudiantes y su entorno social. • Conocer técnicas matemática, estadística de proyección y estimación a futuro. • Conocer el uso y manejo de herramientas de planificación financiera • Fomentar el uso de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la unidad curricular. • Propiciar la interacción entre los estudiantes 		
<p>Evidencias de saberes productivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construir una síntesis donde explique el proceso de formulación del presupuesto y el plan financiero del emprendimiento. • Calcular los ingresos operativos de un emprendimiento turístico caracterizado por el docente. • Calcular los egresos operativos de un emprendimiento turístico caracterizado por el docente. • Realizar la evaluación y el análisis financiero de la gestión un emprendimiento turístico caracterizado por el docente. 		

PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN EN TURISMO			
Unidad Curricular: Gestión de la Recreación y el Esparcimiento (Específica)			Unidades crédito: 4
Institución/sede: CUC, CUJLPR, UPTBAL, IUTJAA, IUTDM, UPTPLMR, IUTPC, UNEY, UPTAEB, IUTET, UPTMKR.			
Trayecto: IV	Fecha de elaboración: Diciembre 2013	Horas Semanales: 6	Código: TGT4GRE64
Autores: Comité Interinstitucional y Mesa Técnica del PNF Turismo		Perfil Docente: Licenciado en educación física o animación y recreación,	
<p>Justificación: Gestión de la Recreación y el Esparcimiento es una unidad curricular que permite reconocer a la Recreación es una actividad vital que influye en la vida de las personas, identificando que es una forma de uso del tiempo libre es esencial para la felicidad y la satisfacción de la existencia, ya que mediante las actividades recreativas el individuo crece, desarrolla su capacidad, su personalidad, y se integra con los demás. (Butler 1959). Pero además mejora su calidad de vida.</p> <p>Es por esto que la licenciatura en turismo, mención gestión turística hace necesario la inclusión y administración de un área de estudio y conocimiento como Gestión de la Recreación y el Esparcimiento, con ello preparar un profesional capaz de impartir cultura recreativa en la comunidad donde se desenvuelve, con habilidades y destrezas orientadas a por una amplia sensibilidad social, con valores como la responsabilidad, honradez, justicia y comprensión, aprehensión a la cultura, investigador y científico social capaz de comunicarse con la gente en su mismo lenguaje.</p> <p>Con base en lo anterior, se propone esta unidad curricular en el deseo de contribuir a la satisfacción humana individual y social y así contribuir al desarrollo de mucha gente, sobre todos de turistas y residentes.</p>			

Habilidades, Destrezas y Saberes	Contenidos Emergentes Articulados	Referencias
Identifica objetivamente los conceptos básicos de recreación, espaciamento, tiempo libre, la importancia de la recreación para el turista y para los residentes, como la recreación influye en la calidad de vida y cuáles son las Políticas de recreación. Con lo cual dispondrá de cultura de recreación como instrumento de satisfacción personal para el individuo y así contribuir con el desarrollo humano de la sociedad y de manera particular de turistas y residentes.	<ol style="list-style-type: none"> Fundamentos teóricos de la Recreación. <ol style="list-style-type: none"> Definiciones fundamentales: recreación, espaciamento, tiempo libre. Relación Turismo, sociedad y Recreación. Importancia de la recreación para el turista y para los residentes. La recreación como instrumento de desarrollo humano y calidad de vida. Políticas de recreación. 	<p>Aisanuk, L. Gestión de tiempo libre. Barcelona: INDE Publicaciones. 2000.</p> <p>Cervantes, J. Programación de actividades recreativas. México. Ed. Hungría y Hno5. 1992.</p> <p>Mosquera Vargas, A. Hacia una Gestión Moderna del Servicio Deportivo y Recreativo Municipal Costarricense. San José. Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación. 2007.</p>
Planifica racionalmente programas y proyectos recreativos deportivos según espacios, con lo cual podrá contribuir con el desarrollo humano de la sociedad y de manera particular de turistas y	<ol style="list-style-type: none"> Planificación y administración de proyectos recreativos. <ol style="list-style-type: none"> El programa de actividades recreativas según grupos. Estructura, necesidades, objetivos, 	<p>Pérez, A. Recreación: Fundamentos Teóricos Metodológicos. México. Talleres</p>

residentes.	recursos necesarios, metas y resultados, cronograma de actividades, presupuesto. 2.2. Las técnicas y dinámicas de recreación. 2.3. Las Actividades Recreativas- Deportivas según espacios.	gráficos de la Dirección de Publicaciones y materiales educativos. 1997. Ramos, L. El acto recreativo. Colección Aula abierta Bogotá: Cooperativa editorial Magisterio.1986.
Programa eficientemente planes y estrategias de recreación comunitaria con el propósito de integrar a comunidades al disfrute de eventos recreativos y así contribuir al desarrollo personal de residentes.	3. Gestión para la Recreación Comunitaria. 3.1. Definición de recreación comunitaria 3.2. Importancia 3.3. Programa y estrategia de participación. 3.4. Practica Comunitaria	
<p>Experiencias de formación</p> <p>El profesor debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velar por el buen desenvolvimiento de las relaciones interpersonales entre los estudiantes y su entorno social. • Corregir posturas, gestos, lenguaje corporal y oral y cualquier otra manifestación de comunicación en los estudiantes. • Conocer el uso y manejo de técnicas de recreación y esparcimiento. • Propiciar la interacción entre los estudiantes. 		
<p>Evidencias de saberes productivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construir una síntesis grafica donde explique el proceso de planificación y desarrollo de programas de recreación y esparcimiento. • Elaborar un documento síntesis en donde Planifica y desarrolla programas y proyectos recreativos deportivos en espacios caracterizados por el docente. • Elaborar un documento síntesis en donde Planifica y desarrolla un programa de recreación comunitario en un espacios caracterizados por el docente 		