



## **SÍLABO**

**ASIGNATURA: GESTIÓN DE SERVICIOS TURISTICOS**

**CÓDIGO: FA0022**

### **I. DATOS GENERALES**

- |      |                         |  |
|------|-------------------------|--|
| 1.1  | Departamento Académico  | : Gestión Empresarial                                  |
| 1.2  | Escuela Profesional     | : Administración de Turismo y Negocios Internacionales |
| 1.3  | Carrera Profesional     | : Administración de Turismo                            |
| 1.4  | Ciclo de estudios       | : VIII   |
| 1.5  | Créditos                | : 3  |
| 1.6  | Duración                | : 17 semanas   |
| 1.7  | Horas semanales         | : 4  |
|      | 1.7.1 Horas de teoría   | : 2  |
|      | 1.7.2 Horas de práctica | : 2  |
| 1.8  | Plan de estudios        | : 2010   |
| 1.9  | Inicio de clases        | : 20 de agosto de 2018                                 |
| 1.10 | Finalización de clases  | : 15 de diciembre de 2018                              |
| 1.11 | Requisito               | : Administración Tributaria                            |
| 1.12 | Docentes                | : Mg.Carmen J.Aguirre Castro                           |
| 1.13 | Semestre Académico      | : 2018-II  |

### **II. SUMILLA**

La asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito diseñar y gestionar las actividades de servicio mediante métodos, técnicas y fundamentos que permitan optimizar los procesos y decisiones.

La naturaleza es teórico práctico. Fundamentos de la empresa turística, organización y administración de las empresas proveedoras de servicios turísticos: Agencias de viajes, restaurantes, hoteles, transporte turístico, de recreación, etc. Aspectos estratégicos propios del sector turístico; los recursos humanos, la calidad y el medio ambiente y por último el estudio de la pequeña y mediana empresa turística.



### III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Proporcionar los conocimientos básicos y relacionados que se integran en toda empresa de servicios turísticos, así como el manejo administrativo, en virtud de que es una actividad del sector de servicios, donde lo más importante es la interacción humana. Conocer el proceso de planeamiento, organización, dirección, coordinación y control de las empresas de servicios turísticos.

### IV. CAPACIDADES

C 1: Define y diferencia adecuadamente la importancia y elementos de los servicios turísticos.

C 2: Utiliza y diferencia con propiedad el diseño y planeación de la experiencia del servicio aplicando técnicas y procedimientos.

C 3: Reconoce y analiza la creación de valor y servicio en un mercado competitivo.

C 4: Aplica con criterio la evaluación y medición del servicio para la toma de decisiones.



V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I					
Importancia y elementos de los servicios.					
C1 ) Define y diferencia adecuadamente la importancia y elementos de los servicios turísticos.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORA S
<b>Semana N° 1</b> 20 - 25 Agos	Introducción al curso, el servicio, características y cultura de los servicios	Presentación del silabo: Competencia, capacidades y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes.	Valora la importancia de La gestión de servicios en la actividad turística. Reconoce la importancia de la cultura de los servicios. Valora las ideas y conceptos de los autores de la calidad.	Clase participativa Exposición dialogada	4
<b>Semana N° 2</b> 27 Agos-01 Set	Clases de empresas turísticas	Identifica las empresas turísticas por los servicios que ofrecen a los clientes.		Clase participativa Exposición dialogada	4
<b>Semana N° 3</b> 03-08 Set	Gestión de las Empresas de Servicios	Identificar las gestiones y las expectativas de las empresas con sus clientes para una calidad de servicio		Clase participativa Exposición dialogada	4
<b>Semana N° 4</b> 10-15 Set	Incremento del Valor de los Servicios Gestión de la Homogeneidad del Servicio	Analizar y evaluar el incremento del valor de los servicios turísticos		Exposición problemática y dialogada	4
<div style="text-align: center;">  </div>					
<b>TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° I: Investigar la gestión de serviciosd en los hoteles,restaurantes y agencias de viaje.</b>					

**UNIDAD II**  
**Diseño y planeación de la experiencia del servicio.**

**C2 ) Utiliza y diferencia con propiedad el diseño y planeación de la experiencia del servicio aplicando técnicas y procedimientos.**

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
<b>Semana N° 5</b> 17-22 Set.	Gestión Administrativa De La Empresa Turística Interpretación De La Ley, Normas Y Reglamentos De la legislación Turística	Aplica las estrategias de gestión de administrativa en la empresa turística	Confronta un análisis crítico sobre las empresas y su papel en la facilitación del hecho turístico despliega una actitud de compromiso hacia la problemática turística empresarial que vive el sector. A través la investigación y información asertiva	Exposición dialogada y Lluvia de ideas	4
<b>Semana N° 6</b> 24-29 Set	Gestión de Personal en Turismo Evaluación y selección del recurso humano	Capacita al recurso humano de las empresas turísticas		Exposición dialogada y problemática	4
<b>Semana N° 7</b> 01-06 Oct	Tecnología y estrategia en empresas de servicio	Conocer y dominar la tecnología e innovación estratégica en las empresas de servicios turísticos		Exposición dialogada y lluvia de ideas	4
<b>Semana N° 8</b> 08-13 Oct	Servicios turísticos complementarios	Selecciona y programa los servicios auxiliares como una oferta más del turismo		Prueba escrita.	4
<b>EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II</b>					



**UNIDAD III**

**La creación de valor y servicio en un mercado competitivo**

**C3. Reconoce y analiza la creación de valor y servicio en un mercado competitivo.**

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
<b>Semana N° 9</b> 15-20 Oct	Los servicios en la economía moderna	Conoce las nuevas tendencias del sector servicios de la economía que atraviesa por un periodo de cambio en el que las formas establecidas de hacer negocios siguen cambiando de dirección hacia la economía moderna.		Estudio de casos	4
<b>Semana N° 10</b> 22-27 Oct	Tipos de servicios y características	Resuelve casos prácticos.		Trabajo en equipo y simulación de mercado	4
<b>Semana N° 11</b> 29 oct-03 Nov	Visión estratégica y liderazgo del negocio de servicio.	Aplica los términos visión y liderazgo del negocio de servicio.		Exposición dialogada en aula y clase	4
<b>Semana N° 12</b> 05-10 Nov	Gestión administrativa de la empresa turística	Determina y compara las estrategias y modelos para gestionar la empresa.		Exposición dialogada en aula y clase	4
<b>TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° III: Investigar los tipos de servicios en hoteles,restaurantes.agencias de viaje.</b>					

**UNIDAD IV**

**La creación de valor y servicio en un mercado competitivo**

**C4.** Aplica con criterio la evaluación y medición del servicio para la toma de decisiones.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
<b>Semana N° 13</b> 12-17 Nov	Comportamiento del cliente en encuentros de servicio.	Identifica las características y comportamiento de un cliente que compra un servicio.	Detecta que la promoción es insuficiente y desarticulada del sector y del contexto de la realidad del país	Exposición dialogada en aula y clase	4
<b>Semana N° 14</b> 19-24 Nov	Como elegir los clientes, administrar las relaciones y generar lealtad.	Desarrolla estrategias de marketing de relación entre clientes y empresa.		Asiste regularmente a las sesiones de clases y defiende su punto de vista respetando las opiniones de los demás.	4
<b>Semana N°15</b> 26 Nov-01 Dic	Creación de servicios con valor agregado. Diseño de sistemas de entrega de servicio.	Diseña nuevos servicios que constituyen un nuevo producto turístico		Trabajo y discusión en equipo sobre cómo elaborar proyectos de inversión turística	4
<b>Semana N° 16</b> 03-08 Dic	Exposiciones de trabajos académicos por grupos de estudiantes	Tiene la oportunidad de sostener sus ideas y propuestas en acto público		Exposición y discusión de temas asignados	4
EXAMEN FINAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° III y IV					
<b>Semana N° 17</b> 10-15 Dic.	<b>EXAMENES SUSTITUTORIOS Y APLAZADOS</b>				



## VI. METODOLOGÍA

### • 6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, memorización; elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

### • 6.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Las nuevas tecnologías de información nos permiten una mejor comunicación entre los seres humanos y un mayor aprendizaje del mundo circundante. Para ello aplicaremos aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. Aplicando el Web 2.0, plataformas virtuales, Google Drive, Google Classroom, Prezi, Cmap Tools y otros.

## VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: "Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante".
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16°, señala: "Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados"
- Asimismo, el artículo 36° menciona: "La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela"
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>



La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\%+EF*30\%+ TA*40\%}{100}$$

**Criterios:**

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA = Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
  - a) Prácticas Calificadas.
  - b) Seminarios calificados.
  - c) Exposiciones.
  - d) Trabajos monográficos.
  - e) Investigaciones bibliográficas.
  - f) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

**IX. FUENTES DE INFORMACIÓN**

**9.1 Bibliográficas**

- Philip Kotler – Jhon Bowen – James Makens – Marketing Para El Turismo 3ra Edic. Pearson Educación -Madrid 2004
- Philip Kotler: "Mercadotecnia Para Hotelería Y Turismo"
- Jordi Motaner Montejano – Estructura Del Mercado Turístico" Gestión Turística" 2 Edic. Edit Síntesis. España, Theodore Levitt- El Negocio De Los Servicios. España.
- Reynoso Javier-Progress and Prospects of Service Management in Latin America 2010.
- Christian Gronroos, La Estrategia De Servicios Y Los Principios De Su Gestión- Madrid España- 2000.
- Diego Ayala – Dinero Digital Y Riqueza De Servicios- México -2002
- Marcos Cobra – Marketing De Servicios: Una Visión De Negocios Edic. Santa Fe De Bogota 2000.



NOMBRE DEL DIRECTOR DE  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO

Código 74111

Correo

Carmen Judith Aguirre Castro

NOMBRE DEL DOCENTE

Código 2012011

Correo: judiaguire@hotmail.com

Fecha de recepción del sílabo: