



**SÍLABO**

**ASIGNATURA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS**



**I. DATOS GENERALES**

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1.1. Departamento Académico   | Gestión Empresarial                               |
| 1.2. Escuela Profesional      | Administración Turismo y Negocios Internacionales |
| 1.3. Programa de estudios     | Administración de Turismo                         |
| 1.4. Plan de estudios         | 2019  |
| 1.5. Ciclo de estudios        | V   |
| 1.6. Créditos                 | 3   |
| 1.7. Requisito                | Legislación Turística                             |
| 1.8. Modalidad                | Presencial  |
| 1.9. Semestre académico       | 2023-I  |
| 1.10. Duración                | 16 semanas  |
| 1.11. Horas semanales         | 1.11.1. Horas De Teoría: 2 Horas                  |
|                               | 1.11.2. Horas De Práctica: 2 Horas                |
| 1.12. Horario                 | Lunes 11:20 – 13:00 y miércoles 8:00 – 9:40       |
| 1.13. Inicio de clases        | 29 de mayo del 2023                               |
| 1.14. Termino de clases       | 16 de septiembre del 2023                         |
| 1.15 Docente coordinador      | Dr. Alipio Riveros Cuéllar                        |
| 1.16 Docente de la asignatura | Dr. Alipio Riveros Cuéllar                        |

**II. SUMILLA**

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de facilitar el desarrollo de conocimientos relacionados con los procesos administrativos vinculados con el planeamiento, organización, integración, dirección y control de empresas turísticas, desarrollando en el estudiante las habilidades para gerenciar eficientemente cualquier tipo de organización vinculada al sector turismo.

Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Fundamentos de la empresa Turística. 2. Organización y administración de empresas turísticas. 3. Gestión de empresas turísticas. 4. Gestión de la calidad en el servicio turístico.

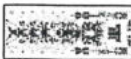
La tarea académica exigida al estudiante es diseñar la estructura orgánica de una agencia de viaje mayorista

**III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA**

Dota capacidad de análisis y síntesis (crítico) de las teorías conexas a la ciencia de la administración y el turismo en entornos económicos, sociales, políticas y medio ambientales, orientado al desarrollo del turismo sostenible-sustentable del sector privado, público y/o mixto. Maneja herramientas de gestión estratégica (matrices); impulsa al estudiante ideas de negocio para emprendimientos turísticos inclusivos con criterios como: que producto ofrecer (bienes o servicios) en el mercado, a que público dirigirse y a que competencia enfrentarse.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

| SEMANA   | Contenido Temático   | Sesiones de Aprendizaje)  | Recursos  | Tipo de Sesión       | Evidencia de Aprendizaje   |
|--|--|---|---|----------------------|--|
| <p><b>UNIDAD 1: FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS</b></p> <p><i>Logro de aprendizaje:</i> Relaciona y diferencia conceptos básicos de la administración, enfoques, modelos, sistemas y tendencias cuantitativas y cualitativas de la administración del turismo, mostrando compromiso académico-científico; identifica las competencias requeridas para la información, conocimiento y toma de decisión de mercado turístico en el sector público y privado</p> |  |   |   |                      |  |
| N°01<br>29 de mayo-3 junio   | Fundamentos de la ciencia de administración: Conceptos, importancia, fines, enfoques- modelos y énfasis de la teoría general de la administración (TGA)                  | Elabora un mapa conceptual y un cuadro comparativo de los enfoques y énfasis de cada una de las teorías gerenciales,  | Video: fundamentos de la administración <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vzIOSGg_VAW">https://www.youtube.com/watch?v=vzIOSGg_VAW</a><br>Lectura: OMT (2020) Barómetro del Turismo Mundial <a href="https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421954">https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421954</a><br>video: Administración turística - ¿Qué es y cuáles son sus áreas funcionales? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=RwGTegTc0f4">https://www.youtube.com/watch?v=RwGTegTc0f4</a> | Síncrona y Asíncrona | Prueba de entrada  |
| N°02<br>5 -10 junio  | Nuevas tendencias de la administración del turismo sostenible y los negocios basados. En el ecomarketing y ecoturismo y ¿Cómo se aplica el ISO 14000?                    | Asimila la importancia del conocimiento de la inteligencia de mercado (ecomarketing) y sus nuevas tendencias tanto las cuantitativas, como los cualitativas de los negocios                 | Video: ¿Qué es la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible? <a href="https://www.youtube.com/watch?v=0ZqPkZXzak">https://www.youtube.com/watch?v=0ZqPkZXzak</a><br>Lectura: Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión <a href="https://www.redalyc.org/pdf/398/39801502.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/398/39801502.pdf</a>  | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |
| N°03<br>12- 17 junio   | Tendencias cualitativas (sociológicas y psicológicas) del turismo: causa-efecto en el individuo en la familia, en la empresa, en la sociedad, las características de los | Identifica las tendencias cuantitativas y cualitativas (sociológicas y psicológicas) y el rol que cumple la sociología y psicología para la comprensión y fomento del desarrollo turístico. | Video sobre turismo sostenible y las nuevas tendencias <a href="https://www.youtube.com/watch?v=2SwU2TUKayQ">https://www.youtube.com/watch?v=2SwU2TUKayQ</a><br>Lectura: Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión <a href="https://www.redalyc.org/pdf/398/39801502.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/398/39801502.pdf</a>  | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura                        |



|  |   |   |  |  |
|--|---|---|--|--|
|  | estilos de vida y los viajes, principales efectos sociales del turismo y escenarios críticos, como el postpandemia Covid-19   |   |  | - Foro de discusión  |
| <b>N°04<br/>19 -24 junio</b>   | El sistema turístico peruano: actores y elementos de: Infraestructura, estructura (tipos y tamaño de empresas turísticas) y superestructura: elementos y dimensiones. | Identifica el sistema y los tipos y tamaños de empresas turísticas, el sistema su entorno general y específico en función de factores internos y externos con relación directa o indirecta, mediante el levantamiento de líneas base de información actual, basada en la realidad | Video: ¿Qué es el Sistema Turístico?<br><a href="https://www.youtube.com/watch?v=urdFkoA1bk">https://www.youtube.com/watch?v=urdFkoA1bk</a><br><br>Lectura: Capítulo 2. Sistema turístico. subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios<br><a href="http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf">http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2208/1/varisco.2013.pdf</a> | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |
| Trabajo académico correspondiente a la unidad N° I: Sistema turístico y sus elementos, dimensiones e indicadores |   |   |  |  |

**UNIDAD 2: ELEMENTOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS: PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL**

**Logro de aprendizaje:** Domina los elementos del proceso administrativo: planificación, organización, dirección y control y a la vez, posee habilidades administrativas como: conceptuales, técnicas y humanas.

| <b>SEMANA</b>                    | <b>Contenido Temático</b>  | <b>Sesiones de Aprendizaje)</b>   | <b>Recursos</b>   | <b>Tipo de Sesión</b> | <b>Evidencia de Aprendizaje</b>  |
|----------------------------------|--|---|---|-----------------------|--|
| <b>N°05<br/>26 junio -1julio</b> | La <b>planificación</b> en las empresas turísticas: conceptos y elementos de planificación, etapas del proceso de planificación estratégica en las empresas turísticas | Aplica las habilidades gerenciales: conceptuales- técnicas- humanas y describe las etapas de la planificación estratégica de las empresas turísticas. | Video: Planificación Turística<br><a href="https://www.youtube.com/watch?v=TRZs8SD58A8">https://www.youtube.com/watch?v=TRZs8SD58A8</a><br><br>Lectura: La planificación turística. Enfoques y modelos<br><a href="https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf</a> | Síncrona y Asíncrona  | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |



|   |   |  |   |                             |   |
|---|---|--|---|-----------------------------|---|
| <p><b>N°06<br/>3-8 julio</b></p>          | <p>La <b>organización</b> e integración en las empresas turísticas: sistemas, conceptos y principios de la organización en las empresas turísticas: mecanismos de diseño de organización: por función, productos, proyectos, etc.</p> | <p>Clasifica los tipos (empresas, cooperativas, asociaciones, clubs, ONGs, fundaciones, etc. y tamaño de organización: Megaempresa Gran-empresa o MiPyMes turísticas</p> | <p><b>Video:</b> ¿cuáles son las áreas funcionales de una empresa?<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=wXMJ-J4S7Vw">https://www.youtube.com/watch?v=wXMJ-J4S7Vw</a><br/><br/> <b>Lectura:</b> Capítulo 3 el sector hotelero<br/><a href="https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf">https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf</a></p>                        | <p>Síncrona y Asíncrona</p> | <p>- Ficha de resumen de lectura<br/>- Control de lectura<br/>- Foro de discusión</p> |
| <p><b>N°07<br/>10- 15 julio</b></p>       | <p>La <b>dirección</b> en las empresas turísticas: elementos de dirección, la función de dirección en las empresas turísticas: conceptos, niveles y formas de dirigir, los estilos de dirección</p>                                   | <p>Identifica los estilos de dirección X, Y y Z, a través del liderazgo, motivación y comunicación</p>   | <p><b>Video:</b> Dirección en el proceso administrativo<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=UuzyNIZyaIY">https://www.youtube.com/watch?v=UuzyNIZyaIY</a><br/><br/> <b>Lectura:</b> Dirección y organización de empresas turísticas<br/><a href="https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=4447341">https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=4447341</a></p>                       | <p>Síncrona y Asíncrona</p> | <p>- Ficha de resumen de lectura<br/>- Control de lectura<br/>- Foro de discusión</p> |
| <p><b>N°08<br/>17 -22 julio</b></p>       | <p>El <b>control</b> en las empresas turísticas: concepto y clases de control, mecanismos del control de gestión en las empresas turística y <i>feed back</i></p>   | <p>Identifica los diferentes mecanismos de control a través de una exposición teórica y presentación de casos.</p>   | <p><b>Video:</b> Proceso Administrativo Control<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=5x9gaUMIxPo">https://www.youtube.com/watch?v=5x9gaUMIxPo</a><br/><br/> <b>Lectura:</b> Control de gestión en las empresas turísticas: implicaciones para la formación de profesionales<br/><a href="https://core.ac.uk/download/pdf/51407109.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/51407109.pdf</a></p> | <p>Síncrona y Asíncrona</p> | <p>- Ficha de resumen de lectura<br/>- Control de lectura<br/>- Foro de discusión</p> |
| <p>EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)</p> |   |  |   |                             |   |

**UNIDAD 3: MATRICES BÁSICAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL TURISMO.**

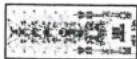
**Logro de aprendizaje:** Aplica las herramientas como las matrices de administración turística y diferencia claramente sus características de los instrumentos de gestión para el rol decisorio del administrador en el proceso administrativo.



| SEMANA                         | Contenido Temático   | Sesiones de Aprendizaje)  | Recursos   | Tipo de Sesión       | Evidencia de Aprendizaje   |
|--------------------------------|--|---|--|----------------------|--|
| N°09<br>24 -29 julio           | Matrices básicas de administración estratégica: Cinco Fuerzas de Porter, Análisis FODA (EFI y EFE). Estrategias Competitivas de Porter. Modelo de Hambrick y Fredrickson | Clasifica los tipos de promoción según segmentos que realiza para la administración de una empresa turística. | <b>Video:</b> Análisis FODA - Planeación Estratégica <a href="https://www.youtube.com/watch?v=6vz0-Hx9cE&amp;t=31s">https://www.youtube.com/watch?v=6vz0-Hx9cE&amp;t=31s</a><br><b>Lectura:</b> El turismo rural en Andalucía: un análisis FODA <a href="https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547087002.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547087002.pdf</a>  | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |
| N°10<br>31 julio – 5 de agosto | Matrices básicas de administración estratégica: Análisis Costo-Beneficio. Curva de Experiencia. Las 4Ps Mk. Mix. Las Cinco "Cs". Matriz BCG. Matriz de Ansoff.           | Analiza, variables y dimensiones de las matrices mencionadas, para el diagnóstico y proyección                | <b>Video:</b> 5 fuerzas de Porter <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Yvujubev40s">https://www.youtube.com/watch?v=Yvujubev40s</a><br><b>Lectura:</b> análisis de las cinco fuerzas de Porter y aplicación de la matriz de competitividad en el hotel boutique casa del arzobispado <a href="https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0056443.pdf">https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0056443.pdf</a>                         | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Foro de discusión                         |
| N°11<br>07 – 12 agosto         | Matrices básicas en la administración turística: Matriz del Marco Lógico. Árbol de Problemas y Objetivos. Análisis de Alternativas.                                      | Explica variables y dimensiones de las matrices mencionadas, para el diagnóstico y proyección                 | <b>Video: Cadena de valor de Porter</b> Qué es la CADENA de VALOR de Michael Porter <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LXhjhUdeFc&amp;t=157s">https://www.youtube.com/watch?v=LXhjhUdeFc&amp;t=157s</a><br><b>Lectura:</b> Cadena de valor en un destino turístico <a href="https://www.entornoturistico.com/cadena-de-valor-en-un-destino-turistico/">https://www.entornoturistico.com/cadena-de-valor-en-un-destino-turistico/</a> | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |
| N°12<br>14 – 19 agosto         | Capacidad de carga. Metodología PAP. Matriz se Leopold. Las 8 Ps del Mk. Mix. De Servicios.  | Diagnostica la capacidad de carga para la sostenibilidad de las empresas turísticas                           | <b>Video:</b> Capacidad de Carga Turística <a href="https://www.youtube.com/watch?v=v07q2-tH5-w">https://www.youtube.com/watch?v=v07q2-tH5-w</a><br><b>Lectura:</b> Capacidad de carga turística como base para el manejo sustentable de actividades ecoturísticas en  | Síncrona y Asíncrona |  |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | Blueprint. La Flor del Servicio. Marca turística. | Unidades de Manejo Ambiental (UMA) de Baja California Sur (BCS)<br><a href="https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689002.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689002.pdf</a> |  |
|--|---|--|--|

| <b>UNIDAD 4: ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD Y POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN EL MERCADO.</b>  |   |   |   |                      |  |
|--|---|---|---|----------------------|--|
| <i>Logro de aprendizaje:</i> Identifica factores básicos y avanzados de producción, (tecnología-productividad-competitividad), cadenas productivas y cadenas de valores para la competitividad y posicionamiento de mercado. |   |   |   |                      |  |
| SEMANA   | Contenido Temático  | Sesiones de Aprendizaje)  | Recursos  | Tipo de Sesión       | Evidencia de Aprendizaje   |
| Nº13<br>21 – 26<br>agosto  | Estrategias de competitividad:<br>- Aumentar la satisfacción de clientes.<br>- Optimizar los procesos de trabajo.<br>- Busca la innovación y el desarrollo de nuevos productos.<br>- Internacionalizarse o expandirse.<br>- Optimizar costes.           | Explica y diferencia las estrategias de competitividad desde varios enfoques estratégicos | Video: Competitividad Turística<br><a href="https://www.youtube.com/watch?v=qiD8VXrERWM">https://www.youtube.com/watch?v=qiD8VXrERWM</a><br><br>Lectura: Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura<br><a href="file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-CompetitividadEnElSectorTuristico-5983197%20(2).pdf">file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-CompetitividadEnElSectorTuristico-5983197%20(2).pdf</a>  | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |
| Nº14<br>28 agosto 2<br>septiembre  | Estrategia de Liderazgo en costes de Porter. <b>estrategia de liderazgo en costes, diferenciación de producto y enfoque de mercado. Estrategia de Liderazgo en costes.</b><br>-Efecto experiencia<br>-Economías de escala:<br>-Economías de aprendizaje | Diagnostica y propone estrategias de competitividad usando la matriz genérica de Porter   | Video: ¿que es la estrategia de liderazgo en costes?<br><a href="https://www.youtube.com/watch?v=LhFDCw3jAYI">https://www.youtube.com/watch?v=LhFDCw3jAYI</a><br>Lectura: Competitividad como eje propulsor de empresas turísticas en la frontera Colombo – venezolana<br><a href="file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-CompetitividadComoEjePropulsorDeEmpresasTuristicas-7137081.pdf">file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-CompetitividadComoEjePropulsorDeEmpresasTuristicas-7137081.pdf</a> | Síncrona y Asíncrona | - Ficha de resumen de lectura<br>- Control de lectura<br>- Foro de discusión |



|  |   |   |  |                      |  |
|--|---|---|--|----------------------|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Técnicas de producción</li> <li>-Rediseño del producto</li> <li>-Localización</li> <li>-Poder de negociación</li> <li>-Controles de costes</li> <li>-Ajustar la capacidad productiva</li> <li>-Laxitud organizativa o ineficiencia -X</li> </ul>  |   |  |                      |  |
| <b>Nº15<br/>4 – 9<br/>septiembre</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Posicionamiento de marca,</li> <li>-Según el estilo de vida.</li> <li>-Basada en el consumidor.</li> <li>-Basado en su uso.</li> <li>-Basado en la calidad o el precio.</li> <li>-En comparación con la competencia.</li> <li>-Basado en los beneficios.</li> </ul>  | Elabora estrategias de posicionamiento de marca en cada proceso del <i>branding</i>                                       | <p>Video: 5 estrategias de posicionamiento de marcas exitosas<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=ZRtmTcD-ddc">https://www.youtube.com/watch?v=ZRtmTcD-ddc</a></p> <p>Lectura: desarrollo de marca país y turismo<br/><a href="file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-DesarrolloDeMarcaPaisYTurismo-5215606.pdf">file:///C:/Users/alcir/Downloads/Dialnet-DesarrolloDeMarcaPaisYTurismo-5215606.pdf</a></p> | Síncrona y Asíncrona | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha de resumen de lectura</li> <li>- Control de lectura</li> <li>- Foro de discusión</li> </ul> |
| <b>Nº16<br/>11 – 16<br/>septiembre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de la estrategia de posicionamiento</li> <li>- Identificar los competidores</li> <li>- Determinar de qué manera la competencia es percibida y evaluada</li> <li>- Determinar la posición de la competencia</li> <li>- Analizar a los clientes</li> <li>- Seleccionar la posición</li> <li>- Monitorar la posición</li> </ul> | Determina que el factor tecnología-productividad y competitividad conduce al posicionamiento del producto y de la empresa | <p>Video: cómo posicionar una marca (5 claves)<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=xgeipOmB9ZM">https://www.youtube.com/watch?v=xgeipOmB9ZM</a></p> <p>Lectura: Posicionamiento de marcas destino: una aplicación en cinco regiones españolas<br/><a href="https://www.redalyc.org/pdf/818/81828692009.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/818/81828692009.pdf</a></p>   | Síncrona y Asíncrona | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha de resumen de lectura</li> <li>- Control de lectura</li> <li>- Foro de discusión</li> </ul> |
| EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4)       |   |   |  |                      |  |



## V. METODOLOGÍA

### 5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, 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.

### 5.2 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.

### 5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

| CODIGO | FACULTAD<br>CARRERA       | LINEA DE INVESTIGACIÓN |  |
|--------|---------------------------|------------------------|--|
| P 30   | Administración de turismo | 12                     | Gestión empresarial e inclusión social |
|        |                           | 14                     | Herramientas informáticas              |
|        |                           | 11                     | Desarrollo empresarial                 |
|        |                           | 22                     | Ciudades sostenibles                   |

Fuente: Resolucion\_R\_Nro\_6187\_2019\_CU\_UNFV.pdf

### 5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS(RSU)

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es una política institucional conducente para articular el trinomio entre la universidad-empresa-sociedad en la que está inmersa la RSU, concibiendo que esta correlación como de doble vía.

1. En el presente curso se realizará la RSU al concretar viajes de distancias y estancias cortas a fin de entrar en contacto con la naturaleza y la cultura de los pueblos, para crear en los estudiantes conciencia turística que es la que mejor contribuye en la conciencia medioambiental y como tal, en la preservación de la biodiversidad, multiculturalidad y el pluri lingue ismo de nuestro país.  
Para implementar con éxito la RSU se debe realizar las acciones siguientes:
2. Lograr el compromiso y participación de los *stakeholders* interno (comunidad universitaria) en la universidad para implantar la RSU,
3. Sistematizar operaciones vinculadas con los *stakeholders* externos para articular la RSU con las empresas
4. Interiorizar criterios que tener la RSU es ser económicamente viable, socialmente responsable y ambientalmente sostenible
5. Promover una educación responsable en la gestión de las entidades
6. Medir el impacto cognitivo del empleo y del medioambiente,
7. Fomentar la comunicación participativa y sintonía con la sociedad





### 5.5 Comunidades de conocimiento

Los estudiantes apoyaran a la Comunidad de Conocimiento denominado **Grupo de Investigación “Empresas, Economía y Desarrollo Sostenible (ECODES)**. Según Resolución Vicerrectoral: VRIN N° 134 – 2021 – UNFV, 24/06/2021. Al cual pertenece el docente responsable del curso.

## VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo con el Reglamento Académico de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Las evaluaciones 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 del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Las evaluaciones son calificadas 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 con los siguientes criterios:

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

**La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:**

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

## VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 7.1 Básica

1. Acerenza, M (2006). *Administración Turística*. Editorial Trillas. México.
2. Goeldner, R. Ritchie, J. Brent (2011) *Turismo: Planeación, administración y Perspectivas*. Editorial Limusa 3ra edición. México
3. Panosso, A y Lohmann, G. (2012), *Teoría del Turismo: Conceptos, Modelos y Sistemas*. Editorial Trillas. México
4. Vizarrata, W (2012), *Manual de Consultor en Turismo*. Fondo editorial USIL. Lima -Perú
5. Boullón, R. (2009) *Las actividades turísticas y recreacionales*. México: Trillas
6. Evans, N. (2008). *Gestión Estratégica del Turismo*. España: Síntesis



## 7.2 Complementaria

<http://administracion.realmexico.info/p/capital-humano.html> (OMT, 2020)

<https://www.trillas.com.mx>

<https://www.profeplus.org/>

<http://www.degerencia.com/>

<https://search.proquest.com/central/docview/1912192182/B2C05DADABA842AFPQ/10?accountid=40045>

Lima, 29 mayo 2023.



Dr. Carlos Tello Malpartida  
Director del Departamento Académico  
Código: 86304  
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Nombres y apellidos del docente  
Docente Dr. Alipio Riveros Cuéllar  
Código: 2002124  
Correo electrónico: ariveros@unfv.edu.pe