UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SILABO POR COMPETENCIAS

CURSO:

GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

DOCENTE:

DR. IDER WALTER ALOR BELLÓN

2026-II

SILABO DE GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

I. DATOS GENERALES

LINEA DE CARRERA	GESTIÓN TURÍSTICA
CURSO	GESTION DE PRODUCTOS TURISTICOS
CODIGO	44351
HORAS	Hrs. Totales: 04 Teóricas 02 - Practicas 02
CICLO	VI
SECCIÓN	"A"

II. SUMILLA Y DESCRIPCION DEL CURSO

La asignatura es teórica-practico y tiene como propósito identificar los elementos y agentes intervinientes del producto turístico hasta los procesos originados para el diseño, la comercialización y venta de los viajes combinados y de los eventos que se centran en las agencias de viajes.

Contiene: Conceptos y terminología del programa turístico: concepto, tipo de servicio, su evolución, tipos de ruta turística, visitas guiadas, paquete turístico, itinerario personal.

Paquete turístico: concepto, clasificación según la organización de la prestación, la modalidad del viaje, la temática, el programa, la forma de operación y los usuarios del producto.

Excursiones: traslados o transfers, City tour, visita a la ciudad (sightseeing), tour de compras, nocturnas y excursiones propiamente, tours: de fin de semana, mini turismo, viajes de larga distancia.

Producción de paquetes turísticos: programación y operación, diagnóstico, determinación de la temática y de las características formales, diagramación y planificación (investigación, análisis y enunciación del circuito), análisis de la accesibilidad, selección de centros base, confección del itinerario (estructuración, tiempos de ruta y de visitas, paradas técnicas, fijación de horarios, redacción del itinerario), operación emisora y receptiva, circuitos locales, diagramación de circuitos turísticos locales no convencionales.

Promoción y venta del producto turístico. Evaluación post-viaje a través de encuestas.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, que el estudiante identifica como elementos y agentes intervinientes nacionales e internacionales a través de las fases que componen el inventario de recursos turísticos: Categorización y Jerarquización.	**BASES TEORICAS DE PRODUCTO TURISTICO**	**1-4**
UNIDAD II	El sector turístico tiene un lenguaje especializado apropiado que debe ser conocido por el profesional, quien desarrolla conceptos y terminología del Programa turístico para un mejor entendimiento y aplicación.	**CIRCUITOS Y PROGRAMAS TURISTICOS.**	**5-8**
UNIDAD III	Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores productos turísticos. Por lo tanto, el estudiante conoce las fases de la producción de paquetes turísticos para llegar al mercado nacional e internacional.	**PAQUETES TURÍSTICOS**	**9-12**
UNIDAD IV	El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico. Por consiguiente, el estudiante desarrolla estrategias de promoción y venta del producto turístico del destino turístico elegido.	**PROMOCIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO**	**13-16**

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Número	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	**Sustenta** el concepto y característica del producto turístico tomando como base la bibliografía especializada.
2	**Explica** los componentes del producto turístico
3	**Explica** el concepto de inventario de recursos turísticos a través de revisión de casos de recursos turísticos inventariados
4	**Evalúa** las facilidades turísticas en base a sus categorías según MINCETUR..
5	**Discute** los conceptos claves del programa turístico.
6	**Analiza** las tendencias de mercado en programas turísticos (paquetes turísticos).
7	**Estudia** los casos de calidad en los programas turísticos.
8	**Concluye** el nivel de satisfacción del turista que visita su localidad.
9	**Desarrolla** itinerarios de circuitos locales y regionales.
10	**Aplica** las fórmulas de ganancia para la cotización.
11	**Emplea** el marketing digital como estrategia del plan de venta.
12	**Crea** el folleto turístico local.
13	**Explica** la función productora de las agencias de viajes.
14	**Elabora** los paquetes turísticos innovadores.
15	**Propone** un plan de estrategias de blended marketing**.**
16	**Organiza** un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

Unidad Didáctica I: BASES TEORICAS DE PRODUCTO TURISTICO

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos, que el estudiante identifica como elementos y agentes intervinientes nacionales e internacionales a través de las fases que componen el inventario de recursos turísticos: Categorización y Jerarquización.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
1	Conceptualización, Características y Componentes del producto turístico.	**Construye** un mapa mental sobre el concepto y características de los productos turísticos.	Pregunta críticamente sobre los conceptos y características del producto turístico.	**Expositiva** (Docente/estudiante)	**Sustenta** el concepto y característica del producto turístico tomando como base la bibliografía especializada.
2	Clasificación del producto turístico. Ciclo de vida del producto	**Compone** un cuadro de triple entrada con las diferencias entre recurso turístico, inventario turístico y producto turístico.	Discute en grupo la diferencias entre recursos turístico, inventario de recursos turísticos y producto turístico.	**Debate dirigido aula invertida**	**Explica** los componentes del producto turístico.
3	Atractivos turísticos y sus categorías	Idéntica las categorías de atractivos turísticos del distrito de Huacho	Participa activamente en la categorización de atractivos turísticos.	**Lectura** Uso del manual de inventarios turísticos del MINCETUR	**Explica** el concepto de inventario de recursos turísticos a través de revisión de casos de recursos turísticos inventariados.
4	Facilidades turísticas Importancia de los servicios a los clientes.	Elabora el inventario de facilidades turísticas del distrito de Huacho. .			**Evalúa** las facilidades turísticas en base a sus categorías según MINCETUR..

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Cuestionario de 10 preguntas	• Mapa mental sobre conceptos y características de productos turísticos. • Entrega de fichas de inventario del distrito de Huacho	El estudiante se comporta de manera responsable en la entrega de sus tareas y trabajos encomendados. Asimismo participa activamente en las clases.

Unidad Didáctica II : CIRCUITOS Y PROGRAMAS TURISTICOS.

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: El sector turístico tiene un lenguaje especializado apropiado que debe ser conocido por el profesional, quien desarrolla conceptos y terminología del Programa turístico para un mejor entendimiento y aplicación.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	Circuitos turísticos: conceptos clasificación y tipos. Rutas turísticas	Clasifica los circuitos turísticos del distrito d la provincia de Huaura de acuerdo a los tipos de turismo.	Valora los circuitos turísticos compartiendo la información a través de exposiciones. .	Expositiva (Docente/estudiante)	**Sustenta** los circuitos turísticos de la provincia de Huaura a través de información validada.
6	Procesos para el diseño de un circuito turístico.	Diseña el circuito turístico de la provincia de Huaura siguiendo el proceso de elaboración de circuitos turísticos.	Dedica tiempo para conocer las tendencias de mercado sobre programas turísticos.	Debate dirigido aula invertida	**Analiza** las tendencias de mercado en programas turísticos (paquetes turísticos).
7	Variables de la Programación de los circuitos turísticos: Calidad, tiempo y medición del valor del atractivo.	Compone un mapa mental sobre las estrategias de calidad de los programas turísticos.	Discute en público las estrategias de calidad de los programas turísticos.	Lectura Uso de lectura recomendada	**Estudia** las variables de la Programación de los circuitos turísticos
8	Principales circuitos Turísticos nacionales.	Identifica los circuitos internacionales	Se interesa por difundir los circuitos Turísticos nacionales		**Explica los principales** circuitos Turísticos nacionales utilizando materiales didácticos.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
Cuestionario de 10 preguntas	• Presentación del proceso del circuito turístico de la provincia de Huaura.	Responsabilidad en la entrega de trabajos. Participación en clase. Asistencia a clases puntualmente.

Unidad Didáctica III : PAQUETES TURÍSTICOS

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Las nuevas tendencias del turismo mundial obligan a los países a diversificar la oferta turística a través de innovadores pro ductos turísticos. Por lo tanto, el estudiante conoce las fases de la producción de paquetes turísticos para llegar al mercado nacional e internacional.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
9	Paquete turístico: Definición, elementos, elaboración de los programas turísticos., inclusive tour o forfait, atractivos.	Estructura un cuadro con elementos para abordar en el itinerario articulando los servicios turísticos.	Participa en la identificación de los elementos a emplear durante el recorrido turístico para la confección del itinerario.	Expositiva (Docente/estudiante)	**Desarrolla** itinerarios de circuitos locales y regionales.
10	El Itinerario: Definición, objetivos, tipos. estructuración de itinerario y preselección de proveedores	Ejecuta los cálculos matemáticos para establecer un precio único	Calcula los costos comprendidos en el programa turístico para establecer los precios de acuerdo al mercado.	Debate dirigido aula invertida	**Aplica** las fórmulas de ganancia para la cotización.
11	El programa turístico: Itinerario, elaboración del programa turístico. Consideraciones para su elaboración. inclusive tour o forfait, atractivos,	Estructura un modelo de folleto para promoción el destino turístico.	Comparte la idea creativa del folleto turístico con los demás participantes de su grupo.	Lectura Uso de lectura recomendada	**Crea** un plan de promoción turística.
12	Cotización de paquetes, determinación de costos. Estrategia de precios.	Emplea un plan de estrategias de blended marketing.	Comparte en equipo las estrategias de blended marketing implementadas en el trabajo.		**Propone** un plan de estrategias de blended marketing.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Cuestionario de 10 preguntas	• Presentación de un paquete turístico de la provincia de Huaura. • Viaje de campo	Responsabilidad en la entrega de trabajos. Participación en clase. Asistencia a clases puntualmente

Unidad Didáctica IV : PROMOCIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: El desarrollo y gestión de un producto turístico es un trabajo colaborativo y permanente, cuyo proceso no estaría completo si este no se da a conocer en el mercado turístico. Por consiguiente, el estudiante desarrolla estrategias de promoción y venta del producto turístico del destino turístico elegido.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
13	Promoción tradicional y digital de los servicios turísticos. Los Folletos Turísticos. Workshop para la presentación del paquete turístico.	Elabora un folleto turístico sobre un destino turístico.	Escucha atentamente sobre función productora de las agencias de viajes.	Expositiva (Docente/estudiante) Debate dirigido aula invertida Lectura Uso de lectura recomendada	**Explica** la función productora de las agencias de viajes.
14	Sistemas de publicidad y posicionamiento.	Guía a los vendedores a través de un plan de ventas del servicio turístico.	Participa en la elaboración del plan creativo para vender el producto turístico.		**Emplea** el marketing digital como estrategia del plan de venta.
15	Comercialización del paquete turístico. Cadenas de valor.	Organiza un workshop para la presentación del paquete turístico.	Justifica en público los paquetes turísticos.		**Organiza** un workshop para la comercialización de los paquetes turísticos innovadores creados.
16	Comercialización y venta de los productos turísticos.	Elabora el informe final de producto turístico.	Justifica en público el informe final de producto turístico.		**Expone** en público el informe final de producto turístico.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
Cuestionario de 10 preguntas	• Presentación del tríptico del paquete turístico	Responsabilidad en la entrega de trabajos. Participación en clase. Asistencia a clases puntualmente

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES

Casos prácticos
Pizarra Interactiva (Jamboard)
Google meet
Repositorios de datos

MEDIOS INFORMÁTICOS

Computadoras
Celulares
Internet

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO

La evaluación será a través de:

- Pruebas escritas a través de un examen en línea virtual y oral a través de las sesiones de google meet.
- Evaluación de los foros de puntos de vista.
- Exposición de argumentos sobre los trabajos académicos encomendados a través del aula virtual de la UNJFSC.
- Generación de lluvia de ideas a través de Jamboard.
- Presentación de entrevistas o documentales a través de youtube.
- Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

- Aplicación de procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases virtuales.
- El estudiante conoce e identifica los diferentes temas tratados en clase y es capaz de discernir sobre el tema a través de la participación en clases en los debates y foros.
- El estudiante se comporta de una manera apropiada y respetuosa.

3. EVIDENCIAS DE PRODUCTO.

- Trabajos por módulos terminados
- Trabajo final de ciclo
- Controles de lectura
- Elaboración de videos en YouTube
- Foros de debate.
- Lluvia de idea a través de jamboard y google classroom.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final. Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

Modelo Basado en Competencias			
Variable	**Ponderaciones Pond1 - Pond2**		**Unidades didácticas**
Eval. Conocimiento	**30%**	**20%**	**Denominadas "Módulo", el cual el Ciclo Académico Conforman 4 Módulos**
Eval. Producto	**35%**	**40%**	
Eval. Desempeño	**35%**	**40%**	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

$$\mathbf{PF} = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDÁCTICA I:

- Beni, MC (2019). Análisis de la estructura del producto turístico*. Universidad de São Paulo. Disponible en: [Google Scholar]
- Mincetur (2017). *Manual del inventario de recursos turísticos, fase: categorización y jerarquización.*

UNIDAD DIDÁCTICA II:

- Gallego-Nicasio Manzano, M. (2020). *Gestión de productos turísticos*. Editorial Paraninfo.
- Ocaña Albar, I. (2020). *Gestión de productos turísticos*. Editorial Síntesis.
  Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. & Baloglu, S. (últimas ediciones). *Marketing for Tourism, Hospitality and Events*.

UNIDAD DIDÁCTICA III:

- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M. & Ranchhod, A. (2021). *Marketing in Travel and Tourism*.

UNIDAD DIDÁCTICA IV:

- Joshi, S. (2022). *Sustainable Tourism Supply Chain Management***.**
- Ojeda D., Mármol P. (2016). *Marketing turístico* (2 da edición). Madrid: Paraninfo S.A.

PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERA AL FINALIZAR

EL CURSO

MAGNITUD CAUSAL **OBJETO DEL** **PROBLEMA**	**ACCION METRICA DE** **VINCULACION**	**CONSECUENCIA** **METRICA VINCULANTE** **DE LA ACCIÓN**
I. La falta de una base teórica sólida en la gestión de productos turísticos genera deficiencias en la planificación, comercialización y sostenibilidad de la oferta turística.	I.. Diseñar estrategias pedagógicas que permitan la comprensión y aplicación de los fundamentos teóricos del producto turístico mediano.	I. Los estudiantes comprenderán la estructura y dinámica del producto turístico, lo que les permitirá analizar, diseñar y gestionar productos turísticos con fundamentos teóricos sólidos. Esta base facilitará la toma de decisiones estratégicas en la planificación, desarrollo y comercialización.

II. La deficiente planificación de circuitos y programas turísticos afecta la calidad de la experiencia del turista, la integración de los atractivos y la eficiencia logística del producto turístico.	II. Implementar metodologías activas de enseñanza, como la simulación de diseño de circuitos y programas turísticos, el análisis de casos reales y el uso de herramientas tecnológicas para la optimización de rutas y planificación de itinerarios	II. Los estudiantes desarrollarán habilidades para diseñar circuitos turísticos estratégicamente estructurados, garantizando experiencias enriquecedoras para los turistas, optimizando los recursos y fortaleciendo la oferta turística del destino.
III. La falta de conocimientos sobre la selección y combinación de servicios, costos, normativas y estrategias de comercialización genera una oferta poco atractiva y competitiva en el mercado	III. Realizar ejercicios prácticos de diseño de paquetes turísticos, aplicando criterios de mercado, costos y estrategias de diferenciación, utilizando herramientas digitales y software especializados en la gestión de paquetes turísticos	III. Los estudiantes serán capaces de estructurar paquetes turísticos viables y atractivos, adaptados a las necesidades de distintos segmentos de mercado, aumentando la competitividad de los destinos y fomentando la sostenibilidad del turismo.
IV. La falta de estrategias efectivas de promoción y venta impacta negativamente en la visibilidad y posicionamiento del producto turístico en el mercado. Esto se debe al desconocimiento de herramientas de marketing digital, canales de distribución y técnicas de ventas en turismo.	IV. Capacitar a los estudiantes en estrategias de marketing turístico, promoción digital y técnicas de ventas mediante la simulación de campañas publicitarias, uso de redes sociales, plataformas de comercialización y estrategias de comunicación efectiva.	IV. Los estudiantes podrán diseñar y ejecutar estrategias de promoción y venta efectiva, utilizando herramientas digitales y convencionales, logrando posicionar productos turísticos de manera competitiva en el mercado

Huacho, agosto del 2026.

Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"

.....

Dr. ALOR BELLON, IDER WALTER
CÓDIGO DNU N° 0490