UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO: GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS

DOCENTE:

Dr. WILLIAMS RAMIRO CALLA JAIMES

2026-II

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	GESTIÓN TURÍSTICA
Semestre Académico	2026-II
Código del Curso	44504
Créditos	03
Horas Semanales	Horas totales: 4 Teorías: 2 Practicas: 2
Ciclo de Estudios	IX
Sección	A
Apellidos y Nombres del Docente	CALLA JAIMES WILLIAMS RAMIRO
Correo Institucional	wcalla@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	965221966

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La asignatura es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito conocer las tareas fundamentales de la gerencia: Planificar, organizar dirigir y controlar las empresas turísticas. El curso se divide en cuatro unidades de aprendizaje: La Gerencia y su entorno; La administración del trabajo y de las organizaciones: planificación, organización y control; La Dirección de personal en las organizaciones: el liderazgo; La alta dirección dentro de la estructura organizativa. Proceso de Toma de Decisiones.

COMPETENCIAS:

- Aplica conceptos y fundamentos de Gestión, Dirección y Organización a través del uso de técnicas y herramientas modernas para el desarrollo económico y empresarial ubicándose en un lugar privilegiado frente a la competencia.
- Está capacitado para asumir responsabilidades de mando sectorial en organizaciones turísticas de mediano y gran tamaño, o la dirección de pequeñas empresas vinculadas a los servicios turísticos.
- Se desempeña con eficacia y eficiencia como gerente independiente el ejercicio de la actividad: en hoteles, servicios gastronómicos, agencias de viaje, transporte y otros operadores del sector.
- Conoce y aplica las responsabilidades éticas de la gerencia y promueve la responsabilidad social para desarrollarse en un contexto competitivo y de globalización.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
Iniciando su aprendizaje sobre los temas de la asignatura, describe y explica las generalidades de la gerencia de empresas turísticas, utilizando como sustento la información pertinente recopilada de fuentes bibliográficas y electrónicas.	GENERALIDADES DE LA GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	**1-2-3-4**
Considerando que la buena gerencia se fundamenta en teorías y utiliza determinadas herramientas, y que es necesario se evidencie tener conocimiento sobre éstas, explica la teorías y herramientas gerenciales, con base a fuentes de información bibliográfica y otras referencias.	TEORÍAS Y HERRAMIENTAS GERENCIALES	**5-6-7-8**
Siendo una realidad incuestionable que en todas las empresas frecuentemente se toman decisiones y se implementan estrategias, y que el futuro gerente debe demostrar su saber sobre el particular, describe y explica la toma de decisiones y la implementación de estrategias en las empresas turísticas, respaldándose en referencias bibliográficas y electrónicas pertinentes.	TOMA DE DECISIONES Y ESTRATEGIAS GERENCIALES	**9-10-11-12**
Considerando que el desempeño y la acción de los gerentes dinamiza las empresas, y que dicha situación requiere la participación de todo el personal de la empresa, en procura de un trabajo colectivo y sinérgico, y que el futuro gerente debe evidenciar su conocimiento sobre ello, describe y explica la dinámica de la gerencia en empresas turísticas, basándose en informaciones bibliográficas y otras que obran en fuentes electrónicas.	DINÁMICA DE LA GERENCIA EN EMPRESAS TURÍSTICAS	**13-14-15-16**

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	**Explica** los aspectos conceptuales, teleológicos y la importancia de las empresas turísticas, utilizando como respaldo las informaciones bibliográficas.
2	**Identifica** las clases, características, grupos de interés, etapas del ciclo de vida y desafíos actuales de las empresas turísticas, basándose en diferentes fuentes de información.
3	**Sustenta** los aspectos medulares de la naturaleza de la gerencia de empresas turísticas, apoyándose en el análisis de informaciones bibliográficas y otras referencias.
4	**Explica** los aspectos claves relacionados con el subtema gerente de empresas turísticas, basándose en referencias bibliográficas y electrónicas.
5	**Sustenta** el aspecto conceptual de las teorías gerenciales, sus enfoques, repercusiones y orientaciones, respaldándose en informaciones pertinentes de diversas fuentes.
6	**Explica** la esencia de las teorías bases y complementarias de la gerencia, apoyándose en el análisis de informaciones de diversas fuentes.
7	**Expone** con fundamento la esencia del primer grupo de herramientas gerenciales, utilizando como soporte información bibliográfica.
8	**Explica** los aspectos sustantivos del segundo grupo de herramientas gerenciales, con base al análisis de informaciones de varias referencias.
9	**Sustenta** la definición de la toma de decisiones y la esencia de los modelos de toma de decisiones en general. También expone con fundamento la esencia de los modelos de toma de decisiones gerenciales, basándose en informaciones de diversas fuentes.
10	**Describe** el proceso de toma de decisiones, identifica los problemas de empresas turísticas y propone las soluciones respectivas, con base a orientaciones teóricas y prácticas.
11	**Explica** el aspecto conceptual, utilitario y la taxonomía de las estrategias gerenciales, y adicionalmente expone lo sustantivo de las estrategias competitivas genéricas y funcionales, apoyándose en informaciones bibliográficas y otras referencias.
12	**Sustenta** los aspectos centrales de las estrategias gerenciales de crecimiento y de las condicionadas por el sector o mercado, y también de cómo se evalúa las estrategias gerenciales, respaldándose en informaciones bibliográficas y electrónicas.
13	**Explica** el modelo base de la dinámica gerencial en empresas turísticas, el aspecto conceptual y procesal de la planificación y del diseño organizacional en las empresas turísticas, basándose en informaciones de diversas fuentes.
14	**Sustenta** el aspecto conceptual y procesal de la dirección, del control y de la dinámica gerencial en empresas turísticas, respaldándose en informaciones bibliográficas y otras referencias.
15	**Describe** la dinámica procesal de la gerencia del área de recursos humanos y del área de marketing y ventas en empresas turísticas, con base a informaciones teóricas y prácticas.
16	**Describe** la dinámica procesal de la gerencia de las áreas de finanzas, logística y operaciones en empresas turísticas, apoyándose en informaciones bibliográficas y otras pertinentes.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

UNIDAD DIDÁCTICA I: GENERALIDADES DE LA GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Iniciando su aprendizaje sobre los temas de la asignatura, describe y explica las generalidades de la gerencia de empresas turísticas, utilizando como sustento la información pertinente recopilada de fuentes bibliográficas y electrónicas.

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	**LAS EMPRESAS TURÍSTICAS** • ¿Qué son empresas turísticas? • Misión y finalidad de las empresas turísticas. • Importancia de las empresas turísticas.	Diseño de contenidos digitales relacionados con los subtemas de la semana.	Participación en el foro para enriquecer el desarrollo de los subtemas conceptuales de la semana.	• Exposición académica motivacional.	**Explica** los aspectos los aspectos conceptuales, teleológicos y la importancia de las empresas turísticas, utilizando como respaldo las informaciones bibliográficas.
2	• Clases y características de empresas turísticas. • Grupos de interés de las empresas turísticas. • Desafíos actuales y ciclo de vida de empresas turísticas.	Análisis y síntesis de la información relacionada con el contenido conceptual de la semana.	Dedicación y esmero en el aprendizaje de los subtemas de la semana.	• Grupos de análisis y discusión.	**Identifica** las clases, características, grupos de interés, etapas del ciclo de vida y desafíos actuales de las empresas turísticas, basándose en diferentes fuentes de información.
3	**GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS** • Definiciones • Finalidad, misión y objetivos de la gerencia de empresas turísticas. • Aspectos organizacionales que deben ser de dominio de la gerencia. • Proceso general de la gerencia de empresas turísticas. • Características y factores de éxito de la gerencia de empresas.	Investigación sobre los subtemas para recopilar enfoques de varios autores, y elaboración de cuadros comparativos.	Demostración de una actitud investigativa para dominar los subtemas conceptuales de la semana.	• Lectura de casos para luego analizar.	**Sustenta** los aspectos medulares de la naturaleza de la gerencia de empresas turísticas, apoyándose en el análisis de informaciones bibliográficas y otras referencias.
4	**EL GERENTE DE EMPRESAS TURÍSTICAS** • Definiciones • Visión y misión del gerente de empresas turísticas. • Niveles jerárquicos decisionales en empresas turísticas. • Habilidades de los gerentes de empresas turísticas. • El gerente de empresas turísticas como persona.	Investigación sobre los subtemas para ampliar y complementar el aprendizaje del contenido conceptual de la semana.	Externalización de una actitud investigativa para consistenciar y ampliar su aprendizaje sobre el contenido conceptual de la semana.	• Exposiciones y debates.	**Explica** los aspectos claves relacionados con el subtema gerente de empresas turísticas, basándose en referencias bibliográficas y electrónicas.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Examen de 10 preguntas para evaluar el dominio de los temas.	• Trabajos individuales y/o grupales.	• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.

UNIDAD DIDÁCTICA II: TEORÍAS Y HERRAMIENTAS GERENCIAES

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Considerando que la buena gerencia se fundamenta en teorías y utiliza determinadas herramientas, y que es necesario se evidencie tener conocimiento sobre éstas, explica la teorías y herramientas gerenciales, con base a fuentes de información bibliográfica y otras referencias.

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
5	**TEORÍAS GERENCIALES** • ¿Qué son teorías gerenciales? • Enfoques de las teorías gerenciales. • Repercusiones de la aplicación de las teorías gerenciales. • Orientaciones de las teorías gerenciales.	Análisis y síntesis de información que desarrolla los subtemas de la semana.	Demostración de una actitud investigativa para dominar los subtemas conceptuales de la semana.	• Exposición académica motivacional.	**Sustenta** el aspecto conceptual de las teorías gerenciales, sus enfoques, repercusiones y orientaciones, respaldándose en informaciones pertinentes de diversas fuentes.
6	• Teorías bases de la gerencia. • Teorías complementarias de la gerencia.	Investigación sobre los subtemas para recopilar enfoques de varios autores, y elaboración de cuadros comparativos.	Dedicación y esmero en el proceso de aprendizaje de los subtemas de la semana.	• Exposición de videos y diálogo con los alumnos.	**Explica** la esencia de las teorías bases y complementarias de la gerencia, apoyándose en el análisis de informaciones de diversas fuentes.
7	**HERRAMIENTAS GERENCIALES** • Empowerment • Coaching • Gestión de la calidad total. • Trabajo en equipo. • Benchmarking • Kaizen	Diseño de contenidos digitales relacionados con los subtemas conceptuales de la semana.	Participación en el foro para enriquecer el desarrollo de los subtemas conceptuales de la semana.	• Lectura de casos para luego analizar.	**Expone** con fundamento la esencia del primer grupo de herramientas gerenciales, utilizando como soporte información bibliográfica.
8	• Desarrollo organizacional. • Reingeniería • Endomarketing • Negociación • Outsourcing • Downsizing • Balanced Scorecard. • Outplacement	Investigación sobre los subtemas para ampliar y complementar el aprendizaje del contenido conceptual de la semana.	Práctica de la escucha activa en el desarrollo de las sesiones de aprendizaje.	• Exposiciones y debates.	**Explica** los aspectos sustantivos del segundo grupo de herramientas gerenciales, con base al análisis de informaciones de varias referencias.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Examen de 10 preguntas para evaluar el dominio de los temas.	• Trabajos individuales y/o grupales.	• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.

UNIDAD DIDÁCTICA III: TOMA DE DECISIONES Y ESTRATEGIAS GERENCIALES

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Siendo una realidad incuestionable que en todas las empresas frecuentemente se toman decisiones y se implementan estrategias, y que el futuro gerente debe demostrar su saber sobre el particular, describe y explica la toma de decisiones y la implementación de estrategias en las empresas turísticas, respaldándose en referencias bibliográficas y electrónicas pertinentes.

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
9	**TOMA DE DECISIONES GERENCIALES.** • Definiciones de toma de decisiones. • Modelos de toma de decisiones. • Análisis de los modelos de toma de decisiones gerenciales.	Diseño de contenidos digitales relacionados con aspectos relacionados con la toma de decisiones gerenciales.	Práctica de la escucha activa durante el desarrollo de las clases.	• Exposición académica motivacional.	**Sustenta** la definición de la toma de decisiones y la esencia de los modelos de toma de decisiones en general. También expone con fundamento la esencia de los modelos de toma de decisiones gerenciales, basándose en informaciones de diversas fuentes.
10	• Proceso de toma de decisiones. • Problemas de empresas turísticas. • Toma de decisiones y solución de problemas de empresas turísticas.	Aplicación de la lluvia de ideas para recoger opiniones y enriquecer el desarrollo de los subtemas.	Participación en el foro y demostrar una actitud colaborativa en el desarrollo de la sesión o clase. .	• Exposición de videos y diálogo con los alumnos.	**Describe** el proceso de toma de decisiones, identifica los problemas de empresas turísticas y propone las soluciones respectivas, con base a orientaciones teóricas y prácticas.
11	**ESTRATEGIAS GERENCIALES** • Definiciones de estrategia. • Importancia de las estrategias. • Taxonomía de estrategias gerenciales. • Estrategias competitivas genéricas. • Estrategias funcionales.	Análisis y síntesis de información referida a los subtemas de la semana.	Asunción de la actitud positiva en el cumplimiento de su rol de estudian- te universitario.	• Lectura de casos para luego analizar.	**Explica** el aspecto conceptual, utilitario y taxonomía de las estrategias gerenciales, y adicionalmente lo sustantivo de las estrategias competitivas genéricas y funcionales, apoyándose en informaciones bibliográficas y otras referencias.
12	• Estrategias de crecimiento. • Estrategias condicionadas por la situación del sector o mercado. • Evaluación de la estrategia.	Investigación sobre los subtemas para ampliar y complementar el aprendizaje del contenido conceptual de la semana.	Demostración de una actitud investigativa e interés por dominar los subtemas conceptuales de la semana.	• Exposiciones y debates.	**Sustenta** los aspectos centrales de las estrategias gerenciales de crecimiento y de las condicionadas por el sector o mercado, y también de cómo se evalúa las estrategias gerenciales, respaldándose en informaciones bibliográficas y electrónicas.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Examen de 10 preguntas para evaluar el dominio de los temas.	• Trabajos individuales y/o grupales.	• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.

UNIDAD DIDÁCTICA IV: DINÁMICA DE LA GERENCIA DE EMPRESAS TURÍSTICAS

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Considerando que el desempeño y la acción de los gerentes dinamiza las empresas, y que dicha situación requiere la participación de todo el personal de la empresa, en procura de un trabajo colectivo y sinérgico, y que el futuro gerente debe evidenciar su conocimiento sobre ello, describe y explica la dinámica de la gerencia en empresas turísticas, basándose en informaciones bibliográficas y otras que obran en fuentes electrónicas.

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
13	**GERENCIA INTEGRAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS** • Modelo base de la dinámica gerencial en empresas turísticas. • Planificación de las actividades de la empresa turística. • Diseño del modelo organizacional de empresas turísticas.	Análisis y síntesis de información relacionada con el contenido conceptual de la semana.	Externalización de una actitud investigativa para consistenciar y ampliar su aprendizaje sobre el contenido conceptual de la semana.	• Exposición académica motivacional.	**Explica** el modelo base de la dinámica gerencial en empresas turísticas, el aspecto conceptual y procesal de la planificación y del diseño organizacional en las empresas turísticas, basándose en informaciones de diversas fuentes.
14	• Dirección de empresas turísticas. • Control y evaluación de empresas turísticas. • Dinámica del nivel o área de gerencia general en la empresa turística.	Diseño de contenidos digitales referida con los subtemas de la semana.	Dedicación y esmero por aprender los subtemas abordados en las clases de la semana.	• Grupos de análisis y discusión.	**Sustenta** el aspecto conceptual y procesal de la dirección, el control y de la dinámica gerencial en empresas turísticas, respaldándose en informaciones bibliográficas y otras referencias.
15	**GERENCIA DE ÁREAS FUNCIONALES BÁSICAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS** • Gerencia del área de recursos humanos. • Gerencia del área de marketing y ventas.	Aplicación de la lluvia de ideas para recoger opiniones y enriquecer el desarrollo de los subtemas.	Participación en el foro y mostrar una actitud colaborativa en el desarrollo de la sesión o clase.	• Lectura de casos para luego analizar.	**Describe** la dinámica procesal de la gerencia del área de recursos humanos y del área de marketing y ventas en empresas turísticas, con base a informaciones teóricas y prácticas.
16	• Gerencia del área de finanzas. • Gerencia del área de logística. • Gerencia del área de operaciones.	Elaboración de conclusiones sobre aspectos esenciales de la gerencia de las áreas de finanzas, logística y operaciones.	Práctica de la escucha activa duran-te el desarrollo de las clases de la semana.	• Exposiciones y debates.	**Describe** la dinámica procesal de la gerencia de las áreas de finanzas, logística y operaciones en empresas turísticas, apoyándose en informaciones bibliográficas y otras pertinentes.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Examen de 10 preguntas para evaluar el dominio de los temas.	• Trabajos individuales y/o grupales	• Asistencia puntual y participación oportuna en el desarrollo de los contenidos.

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTIVOS

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

1. MEDIOS ESCRITOS:

- Guía resumen por unidades.
- Separatas con contenidos temáticos.
- Fotocopia de textos selectos.
- Libros seleccionados según bibliografía.
- Revistas – periódicos.

2. MEDIOS INFORMÁTICOS:

* Internet
* Plataformas virtuales de la Facultad
* Programas de Enseñanza
* TIC´S

3. MEDIOS VISUALES Y ELECTRÓNICOS:

- Proyector multimedia

VII. EVALUACIÓN

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

1. Evidencias de conocimiento

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencias de desempeño

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de producto

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia comprende 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.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	**20 %**	El ciclo académico comprende4
Evaluación de Producto	**40%**	
Evaluación de Desempeño	**40 %**	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4).

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

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

1. UNIDAD DIDÁCTICA I:

Aceituno, P. (2012). Creación y gestión de empresas. Ediciones CEF.

Arbelaez, J. (2014). Modelos gerenciales, un marco conceptual. Fondo Editorial Cátedra María Cano.

Gallego, J. (2012). Gestión de hoteles: una nueva visión. Ediciones Paraninfo.

2. UNIDAD DIDÁCTICA II:

Gómez A. (2018). Herramientas de gestión de la calidad. Editorial Autoediciones Tagus.

Lemonie, F. (2018). Hoteles: manual de servicios. Editorial Mar Abierto.

León, R. (2010). Alta gerencia para hoteles y restaurantes. Universidad. Rafael Landívar.

3. UNIDAD DIDÁCTICA III:

Luque, A. (2017). Gestión y control de la calidad en las empresas del siglo XXI. Editorial.

Autoediciones Tagus.

Bersco, A.(s/f). Gestión de alojamientos. Universidad Abierta de Catalunya.

MINCETUR. (2012). Manual de buenas prácticas de gestión de servicios para establecimientos de hospedaje.

Rubio P. (s/f). Introducción a la gestión empresarial. Instituto Europeo de gestión empresarial.

4. UNIDAD DIDÁCTICA IV:

Moreno, J. (2017). Estrategias gerenciales. Fundación Universitaria del Área Andina. Palacios, L. (2016).

Dirección estratégica. ECOE Ediciones.

Prieto, J. (2011). Gestión estratégica organizacional. ECOE Ediciones. Tari J. et al. (2017). Gestión de la calidad en el turismo. Editorial Síntesis.

IX. PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERÁ AL FINALIZAR EL CURSO

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCION METRICA DE VINCULACION	CONSECUENCIA METRICA VINCULANTE DE LA ACCION
Frágil aplicación de la gestión, dirección y organización a través del uso de técnicas y herramientas modernas en las empresas.	Podría optimizarse hasta en un 90 %	Al ser formados profesionalmente en este curso estarán preparados para aplicar una buena gestión a través de técnicas y herramientas gerenciales para el desarrollo económico y empresarial.
Poco liderazgo en asumir responsabilidades de mando sectorial en organizaciones turísticas de mediano y gran tamaño, o la dirección de pequeñas empresas vinculadas a los servicios turísticos.	Una iniciativa eficaz al 100%	Al establecer estrategias de dirección, serán capaz de asumir el liderazgo en las organizaciones turísticas en las tomas de decisiones.
Débil en la eficacia y eficiencia como gerente independiente en las empresas turísticas.	Podrían reducirse hasta un 50%	Al ser Incentivados adecuadamente mediante clases motivadoras, serán eficaces y eficientes en la gerencia de las empresas turísticas como hoteles, servicios gastronómicos, agencias de viaje, transporte y otros operadores del sector.
Desconocimiento en las responsabilidades éticas de la gerencia turística y la responsabilidad social.	Podrían reducirse hasta un 30%	Al establecer las pautas necesarias en clase podrán conocer las responsabilidades éticas de la gerencia y la responsabilidad social para desarrollarse en un contexto competitivo y globalizado.

Huacho, agosto 2026

Universidad Nacional "José Faustino Sánchez Carrión"
Dr. Williams Ramiro Calla Jaimes
DOCENTE
DNU 510

.....

Dr. WILLIAMS RAMIRO CALLA JAIMES
DNU Nº 510