PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE N0. 3

- **Denominación del Programa de Formación**: Manejo de La Informacion Turística Regional
- **Código del Programa:** 13530482
- **Nombre del Proyecto** (si es formación Titulada): N/A
- **Fase del Proyecto** (si es formación Titulada): N/A
- **Actividad de Proyecto**(si es formación Titulada): N/A
- **Competencia**: 260201021: Atender Usuarios de Acuerdo a las Politicas del Servicio.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: **:** Promover los Productos y Servicios Turísticos de la Region a partir de la identificación de las Necesidades del Cliente.

Duración de la Guía: 10 horas

2. Presentación

Estimado Aprendiz SENA:

Para hablar de promoción, es preciso mencionar el concepto de Comunicación de Marketing Integrado (IMC), el cual se ha establecido en el marketing como una parte integral de la estrategia de marca. (Kitchen et al., 2004)

Al finalizar el proceso, el aprendiz cuente con la argumentación y competencia requerida, para aportar soluciones fundamentadas en el criterio de mejoramiento continuo, orientando la respuesta formativa hacia el logro de la AA3”**Promocionar los productos y servicios turísticos de la región.”**

Para el desarrollo de las evidencias propuestas en la AA3, usted deberá revisar el material de formación **"Promoción de producto y servicios"**, y el material de apoyo (documentos anexos). Recuerde que el desarrollo de las evidencias debe ser enviado oportunamente y a través de los enlaces establecidos para tal fin. En caso de presentar informes escritos, es indispensable hacer uso de las fuentes bibliográficas, realizar las correspondientes referencias y citas de autores según normas APA.

¡Bienvenido!

3. Formulación de las actividades de aprendizaje

3.1 Actividades de reflexión inicial

De acuerdo con este análisis y con el ánimo de preparar su camino formativo se requiere que haga una reflexión frente a las siguientes preguntas:

¿Qué estrategia de promoción utilizaría para impulsar un atractivo natural, y, qué para un atractivo cultural? ¿Qué estrategia de servicios vincularía a cada uno de ellos?

Importante: Consulte el cronograma de actividades y la planeación pedagógica que se encuentra en el bloque Información General en el Elemento "Cronograma" y en el Bloque "Recurso de Apoyo" en el elemento "Tutoriales" se encontrará la Planeación Pedagógica.

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje, por tal motivo no es calificable.

3.1.1 Actividades previas

El Foro social es un espacio de encuentro entre aprendices e instructor, donde se pueden compartir expectativas, proyectos de vida y gustos; con la participación en este foro, se busca crear lazos de compañerismo, recreación, esparcimiento y reflexión.

Para iniciar, cada aprendiz debe realizar una presentación personal incluyendo: experiencia profesional, expectativas y aspectos que considere le ayudará este programa de formación en su vida profesional.

A continuación, se describen los pasos para participar:

- Ingrese a la Video conferencia por Teem, Class Room, Wasap
- Lo puede hacer con un mensaje de Texto, de Voz o por el Chat".
- Digite el asunto y el contenido del mensaje.

De acuerdo con este análisis, y con el ánimo de preparar su camino formativo se requiere que haga una reflexión frente a las siguientes preguntas:

¿Cuáles considera que son las necesidades y motivaciones más importantes que estimulan a una persona para hacer turismo?

Importante: Consulte el cronograma de actividades y la planeación pedagógica que se le3 envia a su correo electrónico o al grupo de wasap en el cual usted es miembro ahí encontrara "Cronograma" y la Planeación Pedagógica.

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje, por tal motivo no es calificable.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimiento necesarios para el aprendizaje.

Lectura crítica "Servicios turístico".

El servicio turístico es el conjunto de técnicas relacionada con la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Está relacionada con la oferta y demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores.

Descripción de la Actividad

Realice la lectura del material de formación **"Promoción de producto y servicios**" y responda la siguiente pregunta:

¿Qué estrategia de promoción utilizaría para impulsar un atractivo natural, y, qué para un atractivo cultural? ¿Qué estrategia de servicios vincularía a cada uno de ellos?

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje, por tal motivo no es calificable.

3.3. Actividades de transferencia de conocimiento

Evidencia de Producto.

Evidencia de Conocimiento.

Crucigrama: "Oferta Turística".

La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios, patrimonio y el talento humano que interactúa con el cliente, así también, la demanda solicita calidad en los productos y servicios tangibles e intangibles que adquiere, estimulado por factores de promoción que favorecen el consumo y uso de la planta turística.

Descripción de la Actividad

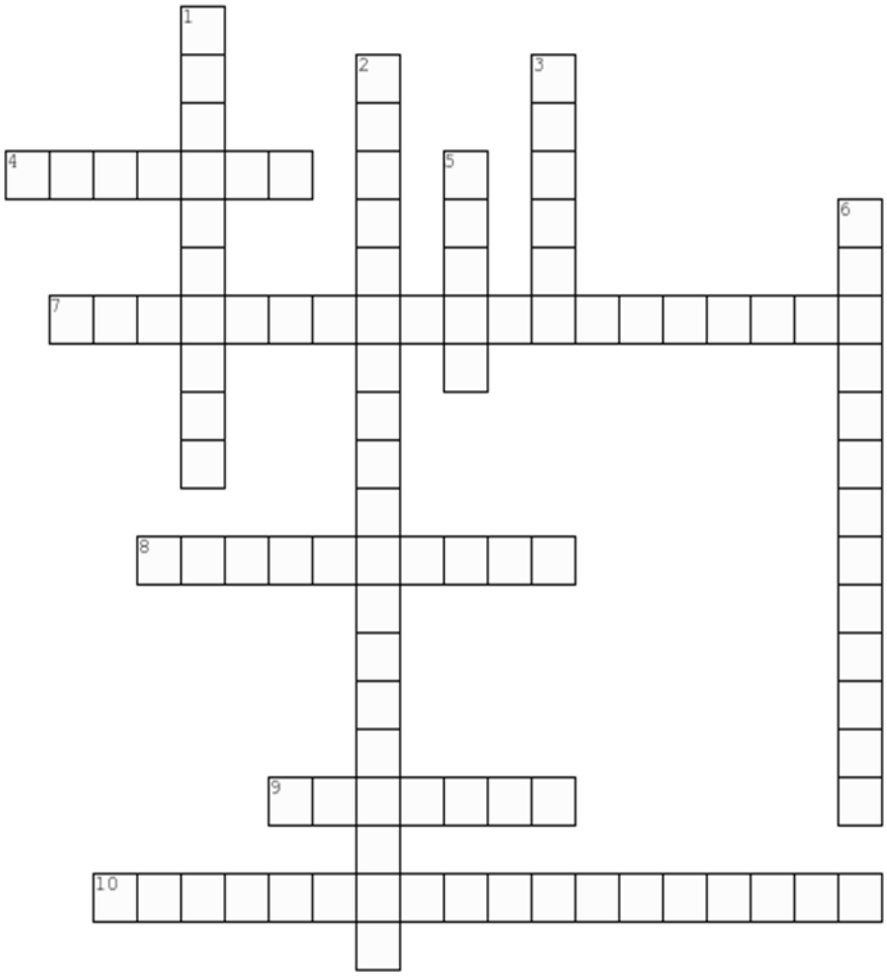
Realice el taller el cual le permitirá identificar los conocimientos en el desarrollo del mismo; se sugiere repasar los conceptos aprendido del material de formación No.3 **"**Promoción de productos y servicios**"**.

Para desarrollar el crucigrama debe dar respuesta a las diez preguntas formuladas, ubicándolas en las casillas correspondientes a las preguntas.

Nota: Realice esta actividad y adjúntela al documento de Word "**infografía**" y envíela a través del correoelectronico: turismosena2021@gmail.com o al wasap de grupo "Evidencias" Actividad 3/Evidencia 2: "Estrategias de promoción de productos y servicios regionales"

Oferta Turística

Identifique el concepto dado en las pistas y coloque el termino correspondiente en las cuadriculas del crucigrama



Created with TheTeachersCorner.net Crossword Puzzle Generato

Cruzada

4. Lugar o conjunto de instalaciones, generalmente al aire libre, acondicionado para acampar en él o alojarse temporalmente

7. Utilizado para el recorrido en lagos o canales especialmente utilizado para el turismo ecológico, cultural y de aventura

8. Servicio de alojamiento y programas médicos de rehabilitación, curación o prevención de enfermedades

9. Establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones, con servicio sanitario privado

10. Son un bien presente en la naturaleza, y son explotados para satisfacer necesidades y deseos de la sociedad

Abajo

1. Es aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabaña

2. Constituidos por los establecimientos que ofrecen comidas rápidas, de especialidades y los restaurantes gourmet

3. Establecimiento público que se encuentra generalmente ubicado cerca de las rutas de tránsito y ofrece servicios habitación

5. Establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado

6. Tiene un carácter discrecional ya que no se encuentra sujeto a un calendario, horario, ni itinerario fijo

3.4. Actividades de transferencia de conocimiento

Evidencia de Producto.

Infografía: “Estrategias de promoción de productos y servicios regionales”

Las estrategias de promoción son uno de los recursos de marketing que ayuda a dar a conocer tus productos, crear la necesidad de ellos en el mercado, incluso conseguir un buen posicionamiento de tu marca.

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos que le permitirá adquirir las competencias para desempeñar su labor de manera exitosa.

Descripción de la Actividad

De acuerdo con los conocimientos alcanzados, se requiere que usted como aprendiz, realice la infografía (representación visual informativa o diagrama de textos escritos que en cierta manera resume o explica figurativamente) sobre Estrategias de promoción de productos y servicios regionales.

Realice esta actividad en un documento de Word y luego envíela a través del enlace dispuesto en el menú principal, bloque “Actividades”, carpeta “Evidencias” Actividad 3/Evidencia2: “Estrategias de promoción de productos y servicios regionales”.

3.5 Ambiente Requerido

Plataforma virtual, Class room. Correo electrónico, Wasap, otros.

3,6 Materiales

- Material de formación Actividad de aprendizaje 3.
- Materiales de apoyo Actividad de aprendizaje 3.
- Guia de Aprednizaje

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de Conocimiento: Crucigrama: "Oferta Turística"	Segmentar clientes de acuerdo al tipo, caracteristicas, necesidades e intereses orienta al Cliente de acuerdo al modelo estructurado con base en las necesidades de los Clientes	**Técnica:** Crucigrama **Instrumento**: cuestionario
Evidencia de producto **Infografía:** "Estrategias de promoción de productos y servicios regionales"	Aplicar técnicas y métodos de diagnostico aplicados a las nececdidades del cliente. Propone estrategias de servicio de acuerdo con los indicadores de gestión establecidos por la empresa	**Técnica:** Infografía **Instrumento**: Rubrica

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alojamiento Turístico: establecimiento que suministra el servicio de habitación de una forma habitual, específica y profesional, en contraprestación de una tarifa y con la posibilidad de ampliar el servicio con la manutención.

Cultura: conjunto global de los distintos hábitos o modos de vida de un determinado colectivo social heredados generacionalmente.

Competitividad: se define como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido, que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000)

Demanda Turística: se define como el volumen de turistas que visitan un destino durante un período determinado.

Estrategia: es la combinación de destrezas y recursos de una organización para lograr sus objetivos en condiciones más ventajosas que sus competidores.

Ferrocarril: sistema de transporte terrestre de personas y mercancías guiado sobre carriles. Medio de Transporte: Medio de locomoción utilizado para el traslado de las personas o bienes desde un punto origen a un punto destino.

TICs: tecnologías de la Información y la Comunicación

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Aviajes.com. (s.f.). Recuperado el 15 de 02 de 2014, de http://www.abalnearios.com/tiposdecentros/

Charles R Goeldner, B. R. (2011). Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas (3ra ed.). Mexico: Lymusa Wiley.

Educativa, I. N.-R. (s.f.). Recuperado el 19 de 02 de 2014, de http:// es.scribd.com/doc/6801115/Turismo-y-Alojamiento

Frances, A. (2006). Estrategias y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. Prentice Hall.

Germán Sierra Anaya, M. R. (2006). Introducción al Mercado Turístico. Cartagena: Universitaria.

Grant, R. (2004). Dirección Estratégica. Madrid: Livitas. Hassan. (2000).

Novás, N. C. (2011). Administración de servicios Turísticos. Bogotá:

Ediciones de la U, Ideas Propias. novás, N. C. (2011). Administración de Servicios Turísticos, Promoción y Venta. Bogotá: Ideas Propias, Ediciones de la U. OMT. (1999).

Robert, G. (2004). Dirección Estrategica . Madrid: Livitas.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores				

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón de Cambio
Autores	Ledis E. Escobar G.	Instructor	Agroempresarial y Acuicola	Marzo 2021	Cambio de Actividades y adaptación al nuevo formato
	Ledis Elena Escobar G.	Instructora de curso	Centro Agro empresarial y Acuícola	agosto 2021	Cambio de Actividad debido a la situación que se está presentando a nivel mundial con la pandemia, Covid 19 y acatando las órdenes del Gobierno Nacional de la Cuarentena **"Quedate en Casa"**