

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL GUÍA-TALLER .

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico Operador Turístico Local.
- **Código del Programa de Formación:** 633100
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:**
- **Actividad De Proyecto:**
- **Competencia:** vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
- **Competencia:** Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo
- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:** estructurar portafolio de productos y servicios de acuerdo con los paquetes turísticos y oportunidades identificadas.
- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:** Operar la actividad turística de acuerdo con requerimientos normativos y plan de acción
- **Duración de la Guía:** 50 hrs

Para la realización de este taller se requiere que se realice un trabajo interactivo instructor – aprendices, sea de forma **presencial o virtual** se contará con el acompañamiento del instructor, lo que le permitirá ampliar la información relacionada con la temática y también un trabajo autónomo por parte de los aprendices que luego debe ser justificado mediante el uso de la plataforma de aprendizaje Territorium. Todo lo anterior se realizará en el tiempo determinado para la realización de la guía.

Nota: Tenga en cuenta que antes de iniciar con el desarrollo de esta guía, debe estar atento a la información acerca de la programación de las sesiones de trabajo que sean comunicadas por su instructor con el fin de asegurar su participación.

Temas: Horizonte Estratégico – Marca – Portafolio de Servicios

2. PRESENTACIÓN.

En la realización de este taller el aprendiz adquirirá conocimientos, herramientas prácticas y habilidades para el desarrollo de saberes y procesos relacionados a la operación turística local en el nivel corporativo, como lo son el horizonte estratégico de una idea de negocio, proyecto o empresa, el desarrollo de la marca y el portafolio de servicios.

La información que se relaciona a continuación identifica el proceso a realizar en esta guía taller

- Conceptualizar los componentes del horizonte estratégico.
- Definir el horizonte estratégico de la operadora.
- Relacionar el significado de los colores con la identidad corporativa.
- Identificar elementos de una marca.
- Seguir los pasos para la definición de la marca de empresa.
- Reconocer la importancia de los protocolos de servicio.
- Reconocer la importancia del portafolio de productos y servicios.
- Identificar tipos de portafolio de productos y servicios.
- Establecer el objetivo y los criterios de uso del portafolio de productos y servicios.
- Apropiar el concepto de semiótica.
- Comprender el significado de los signos visuales.
- Escribir mensaje lingüístico.
- Reconocer la importancia de los planes de acción y contingencias
- Mencionar los componentes del plan de acción.
- Identificar la estructura del plan de acción.
- Formular plan de acción.

3. ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN

Esta es una actividad que refiere directamente a su proyecto de vida, para lo cual usted debe hacer inicialmente una retroinspección pensando en su vida, sus gustos, sus necesidades, su familia, su entorno y luego realizar cada uno de los siguientes puntos:

- ¿Cuáles son sus funciones o responsabilidades actualmente?, ¿qué debe cumplir en su entorno?
- ¿A dónde se ve en 5 años?
- Si tuviera que identificarse como una marca ¿Cuál sería esta?
- Si tuviera que identificarse con un logo ¿Cómo sería este? Dibújelo !

4. ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACIÓN

En esta actividad de contextualización se va a participar de lo que hacen y proyectan diferentes personas que se han atrevido a incursionar o emprender en el mundo del turismo.

Para la realización de esta actividad no es necesario centrarnos en un conocimiento técnico del campo del turismo o empresarial, simplemente vamos a observar un programa de televisión y a responder unas preguntas que acompañan esta actividad.

Estimado aprendiz tenga en cuenta que no hay respuesta correcta o errónea es simplemente su observación y punto de vista.

Para iniciar lo invitamos a observar el siguiente video (uno de los siguientes videos)

<https://www.youtube.com/watch?v=oWlicU7bNEs>

<https://www.youtube.com/watch?v=ObBbl15WmaY>

<https://www.youtube.com/watch?v=Gq3l2pqllcs>

Y responda las siguientes preguntas:

¿ A que se dedica principalmente esa empresa ?

¿ Como se ve esa empresa a futuro ? - ¿ Que quiere lograr ?

¿ Tiene una marca esa empresa ? ¿ Cual es ?

¿ Tiene un logo esa empresa ?

¿ Que Ofrece ?

5. APROPIACIÓN Y TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

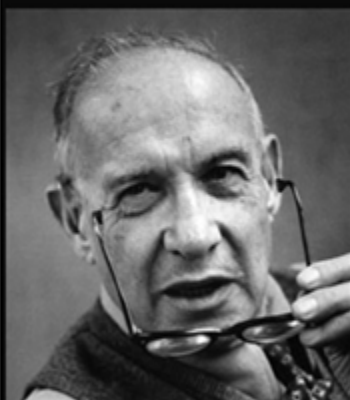
Estimado aprendiz entender la razón principal de un proyecto o idea de negocio, la proyección de la misma, su identidad corporativa, su proceso comercial y la forma en que desarrolla o ejecuta sus actividades es esencial en nuestro proceso formativo

Por esta razón en esta parte del taller usted aprenderá los conceptos y aplicabilidad de los temas horizonte estratégico, marca y el protocolo de servicios

HORIZONTE ESTRATEGICO

El horizonte estratégico obedece al proceso de planeación estratégica de una compañía, este se proyecta en diferentes lapsos, siendo cada uno de estos fundamental según los requerimientos organizacionales de las empresas, proyectos o ideas de negocio.

En una fase temprana se establecen elementos fundamentales como lo son la misión, la visión, objetivos estratégicos, siendo estos determinantes para el desarrollo del proceso corporativo.



La planificación a largo plazo no es pensar en
decisiones futuras, sino en el futuro de las
decisiones presentes

(Peter Drucker)

akifrases.com

Tips Horizonte Estratégico

A continuación encontrara algunos puntos clave que se deben tener en cuenta para realizar un buen horizonte estratégico:

- La Vision: El punto de partida para cualquier proceso de planificación ... el sueño que se tiene
- La Misión
- Los Valores:
- Análisis de la organización:
- Dofa:
- Diagnostico:
- Ventaja Competitiva:
- Publico Objetivo:
- Estrategias:
- Implementación y seguimiento:

Actividad De Formación # 1

Mediante un video el cual encontrara en el material de apoyo del taller y a su vez el instructor compartira durante sesión de formación, se realizara la presentación de los componentes fundamentales del horizonte estratégico; el instructor acompañara la presentacion del video contextualizando y aumentado su conocimiento general hacia el tema.

El aprendiz una vez haya visto el video deberá complementar los “Tips de horizonte estratégico” dando una corta explicación de cada uno de ellos, tal como en el ejemplo se puede observar en “La visión”

El video también incluye unos ejemplos relacionados directamente con el proceso formativo en turismo, los cuales debe leer y analizar.

Evidencia Horizonte Estrategico:

Este es un primer elemento para la elaboración de la evidencia final a entregar.

- ✓ Realizar la misión y visión de forma creativa, innovadora y profesional para la idea de negocio, proyecto o empresa que sea suministrada por su instructor

MARCA.

Es un nombre, un término, una señal, un símbolo o una combinación de algunos de ellos que identifica **productos** y servicios, da identidad y significado.

Deja que la originalidad sea el sello de tú marca personal.

Anabel hilariski

Actividad De Formación # 2

Experiencia en kahoot:

Su instructor le dará las instrucciones y el link para ingresar a la plataforma kahoot, donde se realizara una actividad de identificación de marca.

Mediante esta actividad se busca relacionar que tanto pueden permanecer las diferentes marcas en la mente de los consumidores y generar recordación.

Estimado aprendiz en este momento lo invitamos a que en 30 minutos realice la lectura del material de apoyo denominado “Marca” donde obtendrá información necesaria para la continuación del taller.

Elementos:

- ® **Logotipo:** es el elemento gráfico que los clientes o consumidores relacionan con una empresa o producto, La primera impresión y elemento número uno de recordación.
- ® **Función grafica:** Teoría del color- juego de colores como identificación visual-sensorial dando paso a la adaptación de recuerdo fotográfico mental del cliente.
- ® **Identidad :** palabras cortas define la marca para ser recordada y aceptada por los clientes. Con fines de (Liderazgo, compromiso, felicidad... entre otras.

Ejemplo :



Ramo es una de las marcas con las que más se han identificado generaciones de colombianos. Ramo no tiene su origen en el nombre y apellido de su fundador, sino en la forma como Ana Luisa Camacho, la esposa de Rafael, empacaba los ponqués. Este consistía en el uso de cintas de papel seda para amarrar las tortas de forma muy similar a la de los ramos de flores.

Puntos clave para Su Marca:



- ® Psicología del color :
- ® Nombre fácil de memorizar
- ® Identidad visual.
- ® Aptitudes sensoriales en el cliente desde la marca
- ® Claridad – qué quiero comunicar.

Actividad De Formación # 3

Análisis de marca (esta actividad se puede realizar individual o grupal según lo que defina su instructor

En esta actividad el aprendiz debe buscar en internet y seleccionar una marca relacionada con el campo del turismo, y analizar la constitución de esta de acuerdo a los parámetros de marca y teoría del color que encuentra en la lectura “material de apoyo marca”.

Los aprendices deben socializar su análisis con el resto de la clase

Actividad De Formación # 4

Se realizara un nuevo Kahoot pero esta vez orientado hacia el turismo. Se utilizaran marcas de turismo a nivel nacional y que tengan reconocimiento en el sector.

Evidencia De Marca:

Se debe diseñar y crear a mano la imagen que defina la marca de la idea de negocio que creo en el horizonte estratégico, esa imagen es la que define la idea y permanece como una foto en el recuerdo de los clientes, debe realizar su boceto a mano, haga uso de su creatividad, jugando y mostrando el proceso con los colores primarios (teoría del color) dando respuesta al porqué de esos colores que elige para su marca (psicología del color)- finalmente adiciónale el slogan de la identidad .

(El material generado en esta evidencia se debe adjuntar al documento de Word generado en la evidencia anterior)

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

PORTAFOLIO DE SERVICIOS: Es la presentación específica, son las características de lo que se busca ofertar a un cliente ya sean servicios o productos, los tipos de portafolios varían dependiendo el objeto de la empresa (la razón de ser- a lo que se dedica).

*Las oportunidades son como los trenes, pasan uno tras de otro.
Anónimo.*

Actividad De Formación # 5

En el material de apoyo se cuenta el video que sirve de presentación al tema “portafolio de servicios”, estimado aprendiz en sesión de formación el instructor con esta herramienta audiovisual contextualizara los elementos correspondientes, deteniéndose en los aspectos determinantes para ampliar los conceptos en torno al correspondiente tema.

Tipos de Portafolios de Servicios:

- ◇ **Portafolios físicos de servicios:** impresos . Un manual de publicidad, en el que se muestre con detalles la trayectoria de quien emite el portafolio. Explican los servicios ofrecidos, cómo se hace el trabajo y cómo se entrega, entre otros datos.
- ◇ **Portafolios digitales de servicios,** Estos suelen presentarse en PowerPoint o Portable Documento Formato (PDF), video corporativo y páginas webs.

Ejemplo breve: De un hotel

Hotel Americano

Este hotel de tres estrellas tiene más de 30 años de tradición. Se encuentra situado por un pasaje peatonal en el centro de la ciudad de Neiva, Colombia y tiene 85 habitaciones con todas las comodidades correspondientes a un hotel de esta categoría.

Su misión (razón de ser) es poder dar la mayor satisfacción a los usuarios, brindando todas las atenciones y comodidades propias de un excelente servicio con la familiaridad de un hogar, por tarifas altamente competitivas en el mercado hotelero de la región. Las habitaciones están provistas de:

- ◇ Teléfono con discado local y nacional, además de baño privado y mini bar.
- ◇ Televisión por cable, con su control remoto.
- ◇ El hotel brinda el servicio de despertador por medio de la recepción, sin ningún costo adicional. Además, se cuenta con los servicios adicionales siguientes para todos los visitantes:
- ◇ Bar americano.
- ◇ Restaurante.
- ◇ Centro de negocios.
- ◇ Piscina.
- ◇ Venta de artesanías.
- ◇ Lavandería.
- ◇ Servicio a la habitación.

Puntos clave para su portafolio de servicios:

- ◇ Este listado completo de todos los servicios que se pueden ofrecer casi siempre tiene imágenes de todo lo que ya se ha llevado a cabo (recorridos-caminatas)
- ◇ Instalaciones que se tienen para ofrecer (hoteles-destinos).

Su función es informar detalladamente lo que se creó y realizó, lo que se está realizando y lo que se puede crear y realizar para los clientes, teniendo y dejando claro sobre las ventajas y beneficios de contratar con la empresa.

Actividad De Formación # 6

Revisar material de apoyo titulado: *portafolio de servicios compensar*. Revise detalladamente el documento y comparta en la sesión de formación su opinión.

Evidencia Portafolio De Servicios:

Realice un friso donde muestre el portafolio de servicios de la idea de negocio con la que viene trabajando (la misma del horizonte estratégico y la marca), debe ser tamaño media carta o carta con imágenes (revista-internet-dibujos.. entre otros) mínimo 8 pliegues describiendo el productos y servicios.

(El material generado en esta evidencia se debe adjuntar al documento de Word generado en la evidencia anterior)

6. EVIDENCIAS A ENTREGAR.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En un solo documento de Word debe consolidar cada una de las evidencias realizadas a medida que se avanzaba el taller. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Misión y visión de la idea de negocio ✓ Diseño y creación de marca, logo y eslogan de acuerdo a su idea de negocio ✓ Friso que muestre el portafolio de servicios de su idea de negocio. ✓ Plan de acción de uno de sus recorridos o actividades turísticas planteadas en su idea de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Define las estrategias de comercialización del producto turístico teniendo en cuenta los factores establecidos según las técnicas de mercadeo. • Selecciona las redes para la promoción de sus servicios de acuerdo con el segmento del Mercado. • Determina las estrategias a utilizar en redes sociales de acuerdo con portafolio de Servicios establecido 	<p>Rubrica</p>



REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Jorge Andres Toro Bulla	Instructor	CNHTYA	Julio 16 2020
	Jennifert Marcela Gómez	Instructor	CNHTYA	Julio 16 2020

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					