PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE



IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: OPEREACION TURISTICA LOCAL
- Código del Programa de Formación: 633100
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada):
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada):
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada):
- Competencia: ASESORIA A TURISTA
- Resultado de Aprendizaje Alcanzar:

- Duración de la Guía: 192 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE ALCANZAR

- ✓ CALCULA LOS PRECIOS DEL PRODUCTO A PARTIR DE LOS COSTOS, ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA Y MÁRGENES DE UTILIDAD ESPERADOS CONFORME A CRITERIOS DE MERCADO.
- ✓ FIJA PRECIOS TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO / SERVICIO, EL CLIENTE Y EL MERCADO CON BASE EN LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y DEL SECTOR APLICANDO MÉTODOS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS.

- ✓ DESARROLLA CONTENIDOS EN HERRAMIENTAS TIC DE ACUERDO CON CRITERIOS TÉCNICOS.
- ✓ ESTRUCTURA POLÍTICA DE PRECIOS CON BASE EN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA.
- ✓ CONSTRUYE POLÍTICA DE PROMOCIÓN CON BASE EN CANALES SELECCIONADOS. ESTRUCTURA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SEGÚN TIPO Y OBJETIVO.
- ✓ ESTABLECE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y LOS CANALES SEGÚN PERFIL DE CLIENTES.
- ✓ CLASIFICA CLIENTES SEGÚN TIPOLOGÍA, ESTRATEGIAS DE MANEJO Y CARACTERÍSTICAS.
- ✓ SELECCIONA TÉCNICA DE VENTA DE ACUERDO CON TIPO Y ESTRATEGIA DE MANEJO DE CLIENTES.
- ✓ OFRECE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y EL PORTAFOLIO DE SERVICIOS.
- ✓ ESTRUCTURA POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE CON BASE EN LOS ELEMENTOS DE LA SERVUCCIÓN Y LA NORMATIVA DE CALIDAD.
- ✓ ESTABLECE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES SEGÚN CANAL Y NORMAS DE ETIQUETA.
- ✓ COTIZA PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SEGÚN PORTAFOLIO DE SERVICIOS. VENDE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS UTILIZANDO TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN.
- ✓ RECIBE PETICIONES SEGÚN PROCEDIMIENTO TÉCNICO.

.2. PRESENTACIÓN



Apreciado aprendiz bienvenido a la institución más querida por los colombianos, en adelante usted será el centro de atención, a quien serán dirigidos todos los esfuerzos institucionales, pedagógicos, morales y formativos para que su proyecto de vida pueda se forjado y fortalecido.

El desarrollo de esta competencia consta de una guía donde estudiaremos y adquirirán los conocimientos de reconocimiento en asesoría a turistas y se estará impartiendo los diferentes temas

GUIA DE APRENDIZAJE

- MATERIAL DE APOYO Y DE LECTURA
- TALLER

Instructora: LUDIS YANETH ESPITIA QUINTERO

CELULAR: 3106724287

Correo: ldsespitia@gmail.com

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Descripción de la(s) actividad(es)
- Ambiente Requerido
- Materiales

Tomando como referencia la planeación pedagógica y la orientación para elaborar guía de aprendizajes, citado en la guía de desarrollo curricular.

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXION INICIAL: Si bien sabemos que para asesorar a turistas se tienen que emplear diferentes estrategias, manejando herramientas que nos ayuda a conducir ventas de un producto o servicio a la realización en llegar a acuerdos de negocios.

3.2 ARTICULO DE ESTUDIO.

- HORIZONTE ESTRATÉGICO: CONCEPTO, POLÍTICAS, PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS, MISIÓN Y VISIÓN.
- TEORÍA DEL COLOR EN EL MARKETING: CONCEPTO, FUNCIÓN, RELACIÓN CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA, PROTOCOLOS DE SERVICIO: DEFINICIÓN, IMPORTANCIA, PROCESO DE ESTRUCTURACIÓN.
- LA MARCA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVO, ATRIBUTOS, ELEMENTOS (NOMBRE, COLORES, LOGOTIPO), PASOS PARA LA DEFINICIÓN.
- PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: CONCEPTO, TIPOS, OBJETIVO, IMPORTANCIA, CRITERIOS DE USO, PROCESO DE ESTRUCTURACIÓN. SEMIÓTICA: CONCEPTO, TIPOS, PROCESO COMUNICATIVO, CÓDIGOS VISUALES, MENSAJE LINGÜÍSTICO.

- MARKETING MIX TRADICIONAL: CONCEPTO, ELEMENTOS, CARACTERÍSTICAS. MERCADEO TURÍSTICO: DEFINICIÓN, OBJETIVO, POLÍTICA DE MERCADEO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DE COLOMBIA.
- CLIENTE: TIPOLOGÍA, ESTRATEGIAS DE MANEJO, REQUERIMIENTOS, MOTIVACIONES DE COMPRA, HÁBITOS DE COMPRA, MODA, COSTUMBRES, CULTURA Y TENDENCIAS DE CONSUMO.
- SERVUCCIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS DEL SISTEMA, IMPORTANCIA DE USO, CRITERIOS DE APLICACIÓN EN LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES. LA COMUNICACIÓN EN EL SERVICIO: LA COMUNICACIÓN VERBAL/NO VERBAL, LA ATENCIÓN ORAL, LA ATENCIÓN ESCRITA, LA ATENCIÓN CARA AL PÚBLICO, LA ATENCIÓN TELEFÓNICA, ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA, PROCESO DE RECEPCIÓN DE LAS LLAMADAS, LOS TIPOS Y CONTENIDO DENTRO DE LAS LLAMADAS, NORMAS DE ETIQUETA EN LA COMUNICACIÓN.
- CALIDAD EN EL SERVICIO: TRIÁNGULO DEL SERVICIO, CICLO DEL SERVICIO, MOMENTOS DE LA VERDAD, FACTORES DE LA CALIDAD, IMPACTO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO, ESTRATEGIAS DE SERVICIO, NORMAS DE CALIDAD EN EL SERVICIO, MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
- PETICIONES, QUEJAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS: CONCEPTO, ORIENTACIONES BÁSICAS Y ACTITUDES PROFESIONALES PARA ATENDER QUEJAS, LAS HOJAS DE RECLAMACIÓN, PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN Y TRÁMITE. COTIZACIÓN: CONCEPTO, ELEMENTOS CONSTITUTIVOS.
- VENTA: CONCEPTO, TIPOS, TÉCNICAS, CARACTERÍSTICAS DEL VENDEDOR, PERSUASIÓN, NEGOCIACIÓN, LA ENTREVISTA DE VENTAS, ACTITUDES EN LA VENTA. FIDELIZACIÓN: CONCEPTO, ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS.
- FACTURA: CONCEPTO, TIPOS, NORMATIVA COMERCIAL, IMPUESTO AL TURISMO, IMPUESTO AL VALOR.

- Ambiente requerido: Aula de aprendizaje
- Materiales: fotocopias, marcadores, borradores, video, tablero acrílico, papelógrafo, computadores.
- Duración: 192 horas

3.3 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Estimado aprendiz en este aprendizaje, le invito a leer e identificar los temas que se trataron en esta guía y que tiene la intencionalidad pedagógica de despertar la semilla de interés requerida para provocar el aprendizaje, la voluntad, la indagación, la consulta sobre los conocimientos, habilidades destrezas y actitudes que son la base fundamental para el desarrollo de sus competencias.

- ESTRUTURAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LOS PAQUETES TURISTICOS Y OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS.

- ❖ FIJAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA EL PORTAFOLIO A PARTIR DE ELEMENTOS DE MARKETING MIX TRADICIONAL
- ❖ COMERCIALIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS TENIENDO EN CUENTA LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA

3.4 Actividades de aprobación del conocimiento (Conceptualización y teorización).

- **Mesa redonda conversatorio:** COMPONENTES PARA LA CONSTRUCCION DEN UN PORTAFOLIO DE PRODUCTO O SERVICIO

- **Lectura dirigida, análisis para el entendimiento y Asignación de grupo de ponencia de temas asignados por parte del instructor para demostrar manejo de escenario y fluidez verbal.**

- HORIZONTE ESTRATÉGICO
- TEORÍA DEL COLOR EN EL MARKETING
- MARCA
- PORTAFOLIO DE PRODUCTO Y SERVICIO
- MARKETING MIX TRADICIONAL
- CLIENTE
- SERVUCCION
- CALIDAD DEL SERVICIO
- PETICION, QUEJAS Y RECLAMOS
- VENTAS
- **Video construcción:**

3.5 Una vez finalizadas las diferentes actividades por los estudiantes, se realizarán debates sobre las dudas generadas y la importancia del procedimiento de la información en las empresas, emprendimiento.

3.6 Actividades de conocimiento acerca de los temas tratados en clase

- Elaboración portafolio de servicio
- Evidencias escritas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACION

Tomé como referencia la técnica como instrumentos de evaluación citados en la guía de desarrollo curricular

Evidencia de Aprendizaje	Criterio de Evaluación	Técnica e instrumento de evaluación
Evidencia de conocimiento	✓ 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. ✓ DESARROLLA CONTENIDOS EN HERRAMIENTAS TIC DE ACUERDO CON CRITERIOS TÉCNICOS. ✓ ESTABLECE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS A PARTIR DEL ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA.	• **Formulación de preguntas** • **Observación directa**

	✓ DEFINE LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO A PARTIR DE ELEMENTOS Y TENDENCIAS. ✓ SELECCIONA CANAL DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN SEGMENTOS A ATENDER Y CRITERIOS TÉCNICOS. ✓ SELECCIONA LAS REDES SOCIALES 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.	
Evidencia de desempeño	Manejar los conceptos para construir portafolio de servicio	• Lista de chequeo • Instrumento de Evaluación: cuestionario
Evidencia de producto	PORTAFOLIO DE PRODUCTO Y SERVICIO	• Lista de chequeo rustica

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Una **estrategia de portafolio** de marcas consiste en la definición de un enfoque desde la gestión (situación actual) hacia el establecimiento (situación futura) de la cartera de marcas, de manera que se maximice su rendimiento y aporte valor en el mercado.

Ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior

Cliente. Persona que compra en un establecimiento comercial o público, especialmente la que lo hace regularmente

Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos

6. CONTROL DE DOCUMENTOS

	Nombres	Cargo	Dependencia	fecha
Autores	**LUDIS YANETH ESPITIA QUINTERO**	**Instructora asistencia administrativa**	**Técnica**	**1 de abril 2022**

7. Control de Cambios

	Nombres	Cargo	Dependencia	fecha
Autores				

Instructora: LUDIS YANETH ESPITIA QUINTERO

CELULAR: 3106724287

Correo: ldsespitia@gmail.com