PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Operación Turística Local
- Código del Programa de Formación: 633100
- Nombre del Proyecto: DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA PROMOVER NUEVAS RUTAS TURÍSTICAS EN EL DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA.
- Fase del Proyecto: EJECUCION
- Actividad de Proyecto: DESARROLLAR UNA PLANEACION ESTRATEJICA EL CUAL PERMITA LA IDENTIFICACION FUNDAMENTADA DE LOS DIFERENTES RECURSOS O ATRACTIVOS CON LOS QUE SE PUEDEN CONTAR EN LA REGION
- Competencia: VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1. ESTRUTURAR PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LOS PAQUETES TURISTICOS Y OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS.
- Duración de la Guía: 60 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimados aprendices siguiendo en la lina de la ejecución de la formación específicamente en el maravilloso mundo del turismo como actividad económica lo cual supone un gran desafíos en la Operación Turística Local, por lo que de manera entusiasta, reflexiva y crítica abordaremos cada uno de los conocimientos del saber propuesto en los resultados de aprendizaje que para esta guía corresponde a la Evolución, Historia y Clasificación del Turismo (Forero, 2016) Desarrollaremos estos contenidos analizando lecturas en grupos colaborativos, visualización de videos, transferencia de conocimiento, participación activa y retroalimentación de cada una de las temáticas en el ambiente de aprendizaje, todo bajo los lineamientos del modelo pedagógico Formación Profesional Integral (SENA, 2019) Estaré siempre presta para servirles a fin de llevar a feliz término la orientación de su programa de formación.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

HORIZONTE ESTRATÉGICO



https://youtu.be/HlQsXG5OAoQ?si=aPH9VeeCwWllovNf

- Querido aprendiz con base en el anterior video estaremos realizando un análisis de lo que es un HORIZONTE ESTRATÉGICO.
- Luego de apresiar el video desarrollar la siguiente actividad:
- Investigar.

1. Que es un HORIZONTE ESTRATÉGICO en una empresa?
2. Cuales son las políticas del HORIZONTE ESTRATÉGICO en una empresa?
3. Cuales son las principios y valores corporativos del HORIZONTE ESTRATÉGICO en una empresa?
4. Cuales es la misión y visión del HORIZONTE ESTRATÉGICO en una empresa?

- Se realizara una mesa redonda donde debatiremos cada unas de sus apreciaciones en base a la temática anteriormente vista.
- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 2 horas

3.2. Actividades de Contextualización e Identificación de Conocimentos Necesarios Para el Aprendizaje.

La siguiente evaluación tiene como objetivo identificar los conocimientos previos relacionados con el programa de formación.
Por favor responda a las siguientes preguntas.

¿ Que es un horizonte empresarial?
Marcar con una X la respuesta correcta

- Es un espacio que se le brinda a las personas dentro de una empresa en el cual pueden relajarse y descansar durante su jornada laboral.
- Es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión y clarificar su visión del futuro comercial.

¿Qué es un plan estratégico?
Marque con una X la respuesta correcta

- Es la creación de un nuevo puesto de trabajo donde se definen las funciones del empleado.
- Es un plan de varios años para toda la empresa de lo que deseas lograr en los próximos tres a cinco años y cómo planeas hacerlo..

Que es un marco de los tres horizontes?
Marque con una X la opción correcta.

- Es el proceso de la empresa donde se definen los objetivos, estanderes y propiedades.
- Es una herramienta simple pero poderosa para la planificación estratégica. Le ayuda a visualizar y alinear sus objetivos y acciones a corto, mediano y largo plazo.

- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 1 horas

3.3 Actividades de apropiación.

Actividad 1. TEORÍA DEL COLOR EN EL MARKETING

Después de leer, analizar y socializar por parte del instructor el material de formación sobre lo que es un **TEORÍA DEL COLOR EN EL MARKETING**, los aprendices deben realizar la siguiente actividad de aprendizaje:

Queridos aprendices, para reafirmar los conceptos aplicados en la formación, por favor realice la siguiente actividad:

- En grupos colaborativos de 2 aprendices.
- Investigar todo lo referente a **TEORÍA DEL COLOR EN EL MARKETING**:
  - CONCEPTO
  - FUNCION

- RELACION CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA.
- Luego de investigar y apropiarce de la temática se realizara un trabajo escrito donde demostraran el manejo del tema investigado.



- Amplíe los conocimientos de aquellas palabras que en el texto entregado sean totalmente desconocidas para usted, ampliar conceptos investigando más a fondo sobre Plan de Contingencia usando como referencia de investigación la biblioteca virtual SENA (http://biblioteca.sena.edu.co) o en sitio web de su preferencia.
- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 4 horas

Actividad 2. PROTOCOLOS DE SERVICIO

Después de leer, analizar y socializar el instructor el material de formación: **PROTOCOLOS DE SERVICIO,** además se entrega material de consulta para ampliar los conocimientos.

Los aprendices realizaran la siguiente actividad de aprendizaje.

En grupo colaborativo de 2 aprendices deberán realizar una investigación sobre la siguientes temáticas, luego de apropiarse del tema deberán realizar una exposición donde implementaran las diferentes técnicas didácticas que conozcan:

1. DEFINICIÓN DE PROTOCOLOS DE SERVICIO
2. IMPORTANCIA DE PROTOCOLOS DE SERVICIO
3. PROCESO DE ESTRUCTURACIÓN DE UN PROTOCOLOS DE SERVICIO



- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 4 horas

Actividad 3. LA MARCA

Después de leer, analizar y socializar con el instructor el material de formación **LA MARCA**, además se entrega material de consulta para ampliar los conocimientos.

Los aprendices realizaran la siguiente actividad de aprendizaje.

1. CONCEPTO DE QUE ES UNA MARCA
2. CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA
3. OBJETIVO DE LA MARCA

4. ATRIBUTOS DE UNA MARCA
5. ELEMENTOS (NOMBRE, COLORES, LOGOTIPO) DE LA MARCA
6. PASOS PARA LA DEFINICIÓN DE UNA MARCA.
7. Después de investigar la temática, la desarrrollaran en sus cuadernos y luego socializar ante el gran grupo en una mesa redonda donde se espondran cada uno de los puntos de vistas de cada aprendiz.



- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 4 horas

Actividad 4. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Después de leer, analizar y socializar el instructor el material de formación:
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS y además se entrega material de consulta para ampliar los conocimientos.
Los aprendices realizaran la siguiente actividad de aprendizaje.

En grupo colaborativo de 3 aprendices Elaboren unas diapositivas donde organizaran la información investigada donde se evidencie:

- CONCEPTO DE UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- TIPOS DE PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- OBJETIVO DE UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- IMPORTANCIA DE UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- CRITERIOS DE USO DE UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
- PROCESO DE ESTRUCTURACIÓN DE UN PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- Luego deben socializar ante el gran grupo lo investigado.

- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 4 horas

Actividad 5. SEMIÓTICA

Después de leer, analizar y socializar por parte del instructor el material de formación sobre lo que es una **SEMIÓTICA**, los aprendices deben realizar la siguiente actividad de aprendizaje:

Queridos aprendices, para reafirmar los conceptos aplicados en la formación, por favor realice las siguientes actividades:

- Investigar todo lo referente a que es una **SEMIÓTICA**: CONCEPTO, TIPOS, PROCESO COMUNICATIVO, CÓDIGOS VISUALES, MENSAJE LINGÜÍSTICO.
- Socializar ante el gran grupo.
- Amplíe los conceptos de conocimientos de aquellas palabras que en el texto entregado sean totalmente desconocidas para usted, ampliar conceptos investigando más a fondo sobre la seguros para la operación turistica usando como referencia de investigación la biblioteca virtual SENA (http://biblioteca.sena.edu.co) o en sitio web de su preferencia.
- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 4 horas.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Teniendo en cuenta las orientaciones brindadas por el instructor, el material de apoyo que se uso para adquirir conocimientos y la investigación realizada por parte del aprendiz, se realizara un examen escrito donde se abarcara los resultados de aprendizajes anteriormente vistos

- Ambiente convensional.
- Tiempo estimado para el desarrollo de la actividad 2 horas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: **Investigación y adquisición de conocimientos previos** **Evidencias de Desempeño:** **Desarrollo de trabajo escrito.** **Trabajo de investigación.** **Evidencia de producto.** **Investigar las temáticas propuestas y apropiación del tema.**	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. 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.	**Técnica: socialización de la actividad realizada en el gran grupo** **Técnica: observación y socialización** **Técnica: verificación** **Instrumento lista de chequeo**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Semiótica: es una disciplina destinada a comprender cómo se articulan los procesos de significación, lo cual conduce hacia dos campos del saber, la lingüística y la teoría del conocimiento.

SERVICIOS: es una prestación, un activo de naturaleza económica pero que no tiene presencia física propia (es intangible), a diferencia de los bienes que si la tienen.

Marketing: es un proceso de trabajo que consiste en analizar el mercado para diseñar estrategias de negocio. Se enfoca en investigar las preferencias de los consumidores para satisfacer sus necesidades y deseos a través de lo que una marca, un producto o un servicio les puede ofrecer.

Segmentación: Es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos. Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus

estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados.

Muestra: Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se vera más adelante. La muestra es una parte representativa de la población.

Conductuales: La conducta es el conjunto de actos, comportamientos, exteriores de un ser humano, que resultan visibles y plausibles de ser observados por otros. Pueden ser muy variadas, desde sentarse, hablar, caminar, relacionarse con otros, etc.

Cliente: es aquella persona que solicita un bien o servicio a cambio de un pago y no todos tienen las mismas características. Existen diferentes tipologías de clientes. Los clientes de una empresa son aquellos que contratan de forma ocasional o frecuente los servicios o productos que esta ofrece.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

LIBROS DE CONSULTAS:

http://www.bibliotecavirtual.sena.edu.co/

Forero, A. (22 de Noviembre de 2016). *Historia del Turismo*. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de https://www.youtube.com/channel/UCh2IMATDBwZdTFoOScLWMmg
Ley 1558 de 2012. (s.f.). *Artículo 26 - Congreso de la República de Colombia.*

SENA. (2019). *compromiso.sena.edu.co*. Obtenido de Guía para el Desarrollo del Proceso Formativo: http://compromiso.sena.edu.co/documentos/vista/descarga.php?id=1309

SENA. (2019). *compromiso.sena.edu.co*. Obtenido de Gestión de Formación Profesional Integral: http://compromiso.sena.edu.co/documentos/vista/descarga.php?id=1340

SENA. (2019). *Correo Misena*. Recuperado el 28 de Febrero de 2019, de http://www.misena.edu.co/

SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje
FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje
Viceministerio de Turismo. (2008). Metodología para la Elaboración de Inventario Turístico. Recuperado Febrero 25, 2008, de http://www. contratos.gov.co/archivospuc1/2010/DA/225307001/10-15-416031/ DA_PROCESO_10-15-416031_225307001_2167294.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**GISEL ALMAZO REDONDO**	**INSTRUCTOR**	**CAA**	**15-02-2024**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					