



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN



**ESCUELA PROFESIONAL
DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD NO PRESENCIAL
SÍLABO POR COMPETENCIAS
CURSO:
COMUNICACIÓN EN ORIENTACIÓN TURÍSTICA
Y CULTURAL**

I. DATOS GENERALES

ÁREA DE FORMACIÓN	Formación Profesional Especializada
LÍNEA DE CARRERA	Comunicación para el desarrollo
CURSO	Comunicación en Orientación Turística y Cultural
CÓDIGO	559
CICLO Y SEMESTRE	X / 2020-I
DEPARTAMENTO ACADÉMICO	Ciencias Sociales y Comunicación
PESO ACADÉMICO	04 Horas semanales: Teoría 02 - Práctica 02. 3 Créditos.
TURNO	Tarde
PRE REQUISITO	554
DOCENTE	M(a). Panta Meza, María Susy
E-mail	mpanta@unifsc.edu.pe

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La asignatura de Comunicación en Orientación Turística y Cultural se fundamenta en el manejo de la información y orientación del turismo y cultura en el marco de las leyes que rigen las actividades turísticas y culturales.

Este curso busca que el estudiante descubra los valores regionales como caminatas, observación de aves, ecoturismo, arqueología, cultura material e inmaterial para guiar al turismo receptivo y nacional con el fin de conservar un turismo sostenible.

Esta asignatura es de naturaleza teórico práctico, la cual está dividida en cuatro módulos y está programada para desarrollarla en 16 semanas.



III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Reconoce a la comunicación como herramienta del orientador turístico para brindar un servicio acorde a las características del turista.	Comunicación para la orientación turística	1-4
UNIDAD II	Utilizar herramientas para la seguridad y calidad para el servicio en orientación turística.	Herramientas de comunicación en orientación turística	5-8
UNIDAD III	Identifica las características y relación que hacen posible el turismo sostenible en armonía con el crecimiento económico y social.	Tipos de turismo: nacional y regional	9-12
UNIDAD IV	Reconoce cada una de las actividades y medios generadores de turismo.	Recursos y destinos turístico	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Nº	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identifica a la comunicación como estrategia para la promoción turística-cultural.
2	Identifica las características y necesidades de los clientes turístico para brindarles un mejor servicio.
3	Destaca las características y funciones que desempeña el orientador turístico. MINCETUR
4	Analiza las habilidades comunicativas y de liderazgo del orientador turístico.
5	Destacar las características de los grupos para su manejo y atención de intereses para un mejor servicio.
6	Diseña el protocolo y sus etapas para un mejor servicio turístico.
7	Reconoce la estructura e información que brinda el guion interpretativo acerca del producto turístico.
8	Destaca las características y servicios que brinda el operador y prestador turístico.
9	Identifica el impacto económico y social de las actividades del turismo receptivo nacional/regional.
10	Reconoce los principios del turismo responsable con el medio ambiente y su entorno social basado en una relación de respeto.
11	Reconoce las variantes ecológicas, rurales y comunitarias para desarrollar una relación de empatía con sus actividades y el entorno social que los rodea.
12	Reconoce los destinos turísticos gastronómicos y platos bandera: nacional y regional
13	Establece diferencia entre recurso, atractivo y producto turístico para brindar una mejor orientación y servicio al visitante.
14	Analiza la finalidad y relación con los recursos o atractivos turísticos.
15	Destaca las características y establece diferencias entre el destino y las rutas turísticas.
16	Destaca las diferencias entre los tipos de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades del visitante a nivel nacional y regional.



V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Reconoce a la comunicación como herramienta del orientador turístico para brindar un servicio acorde a las características del turista.						
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad	
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal			
COMUNICACIÓN PARA LA ORIENTACIÓN TURÍSTICA	1	Comunicación para el Turismo: importancia e instrumentos.	Determina la importancia de la comunicación en el ámbito turístico-cultural.	Valora a la comunicación como estrategia para la promoción turística-cultural.	<ul style="list-style-type: none"> Aula virtual institucional 	Identifica a la comunicación como estrategia para la promoción turística-cultural.
	2	El turista: nacional y extranjero	Analiza las características y necesidades de los clientes turístico.	Es sensible a las características y necesidades de los clientes turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma virtual: Meet. Exposición dialógica y conflicto cognitivo: Meet 	Identifica las características y necesidades de los clientes turístico para brindarles un mejor servicio.
	3	El orientador turístico: características. MINCETUR	Identifica las características y funciones que desempeña el orientador turístico. MINCETUR	Valora las habilidades comunicativas y funciones del orientador turístico	<ul style="list-style-type: none"> Material y digital: Google Drive 	Destaca las características y funciones que desempeña el orientador turístico. MINCETUR
	4	Habilidades comunicativas y de liderazgo del orientador turístico.	Identifica las habilidades comunicativas y de liderazgo del orientador turístico.	Destaca las habilidades comunicativas y de liderazgo del orientador turístico.	<ul style="list-style-type: none"> Trabajos colaborativos virtual: Google Drive 	Analiza las habilidades comunicativas y de liderazgo del orientador turístico.
Unidad Didáctica I:	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de casos Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> Trabajos individuales y/o grupales Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento en clase virtual y chat 	



CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Utilizar herramientas para la seguridad y calidad para el servicio en orientación turística.					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	Manejo de grupos en excursiones turísticas	Identifica las características de los grupos para su manejo y atención de intereses.	Es sensible a las características de los grupos para su manejo y atención de intereses.	<ul style="list-style-type: none"> • Aula virtual institucional • Plataforma virtual: Meet. • Exposición dialógica y conflicto cognitivo: Meet • Material y digital: Google Drive • Trabajos colaborativos virtual: Google Drive 	Destacar las características de los grupos para su manejo y atención de intereses para un mejor servicio.
6	Protocolo del servicio: iniciando la ruta, ejecutando y finalizando el servicio	Identifica las etapas del protocolo del servicio turístico.	Genera conciencia de aplicar el protocolo del servicio turístico		Diseña el protocolo y sus etapas para un mejor servicio turístico.
7	El guion turístico	Analiza la estructura e información que brinda el guion interpretativo acerca del producto turístico.	Destaca utilidad que ofrece el guion interpretativo del producto turístico.		Reconoce la estructura e información que brinda el guion interpretativo acerca del producto turístico.
8	El operador y prestador turístico	Identifica las características y funciones del operador turístico.	Presta atención las características y servicios que otorga el operador y prestador turístico.		Destaca las características y servicios que brinda el operador y prestador turístico
HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORIENTACIÓN TURÍSTICA					
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Cuestionarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 		
Unidad Didáctica II:					



CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Identifica las características y relación que hacen posible el turismo sostenible en armonía con el crecimiento económico y social.						
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad	
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal			
TIPOS DE TURISMO: NACIONAL Y REGIONAL	9	El turismo receptivo e interno: OMT	Analiza el impacto económico y social de las actividades del turismo receptivo nacional/regional.	Estima el impacto económico y social de las actividades del turismo receptivo nacional/regional	<ul style="list-style-type: none"> • Aula virtual institucional • Plataforma virtual: Meet. • Exposición dialógica y conflicto cognitivo: Meet • Material y digital: Google Drive • Trabajos colaborativos virtual: Google Drive 	Identifica el impacto económico y social de las actividades del turismo receptivo nacional/regional.
	10	Ecoturismo	Analiza los principios del turismo responsable con el medio ambiente y su entorno social basado en una relación de respeto.	Valora los principios del turismo responsable con el medio ambiente basado en una relación de respeto.		Reconoce los principios del turismo responsable con el medio ambiente y su entorno social basado en una relación de respeto.
	11	Turismo vivencial	Identifica sus variantes ecológicas, rurales y comunitarias para desarrollar una relación de empatía con sus actividades y el entorno social que los rodea.	Valora las variantes del turismo vivencial para el desarrollo de una relación de empatía con sus actividades y el entorno.		Reconoce las variantes ecológicas, rurales y comunitarias para desarrollar una relación de empatía con sus actividades y el entorno social que los rodea.
	12	Turismo gastronómico	Identifica los destinos turísticos gastronómicos y platos bandera: nacional y regional.	Valora la necesidad de identificar destinos turísticos gastronómicos y platos bandera: nacional y regional.		Reconoce los destinos turísticos gastronómicos y platos bandera: nacional y regional
Unidad Didáctica III:	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 	



CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Reconoce cada una de las actividades y medios generadores de turismo.					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
13	Recurso/attractivo/producto turístico	Analiza las diferencia para brindar una mejor orientación y servicio al visitante.	Destaca las diferencia para brindar una mejor orientación y servicio al visitante.	<ul style="list-style-type: none"> • Aula virtual institucional • Plataforma virtual: Meet. • Exposición dialógica y conflicto cognitivo: Meet • Material y digital: Google Drive • Trabajos colaborativos virtual: Google Drive 	Establece diferencia entre recurso, atractivo y producto turístico para brindar una mejor orientación y servicio al visitante.
14	Instalaciones turísticas	Identificar la finalidad y relación con el recurso o atractivo turístico.	Valora la finalidad que ofrecen las instalaciones turísticas.		Analiza la finalidad y relación con los recursos o atractivos turísticos.
15	Destino y ruta turística: itinerario, circuito - corredor	Identificar las características y establece diferencias entre el destino y las rutas turísticas.	Valora las características y establece diferencias entre el destino y las rutas turísticas.		Destaca las características y establece diferencias entre el destino y las rutas turísticas.
16	Servicios turísticos: privado y público	Establecer diferencia entre los tipos de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades del visitante a nivel nacional y regional.	Valora los servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades del visitante a nivel nacional y regional.		Destaca las diferencias entre los tipos de servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades del visitante a nivel nacional y regional.
Unidad Didáctica IV:	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA				
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat



VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

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

6.1 De enseñanza.

- Clase magistral virtual
- Exposición – diálogo virtual
- Trabajos individuales y/o colaborativos virtual
- Dinámica al azar

6.2 De aprendizaje

- Lluvia de ideas
- Búsqueda de información
- Debate y análisis de textos
- Tareas académicas colaborativas (organizadores, esquemas, guiones)
- Exposición en equipo virtual

6.3 Recursos didácticos.

- Meet
- Aula virtual Classroom
- Google Drive
- PowerPoint
- Videos
- Apowersoft
- Pizarra virtual Jambord
- Guías de aprendizaje y autoaprendizaje virtual
- Repositorios de datos
- Correo electrónico institucional
- Aplicaciones: Padlet, Kahoot, Stop Wach
- Redes de comunicación

6.4 Recursos informáticos

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- **Internet**

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación 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. Evidencia 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 en 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.

VARIABLE	PONDERACIONES:	Unidades Didácticas denominadas Módulos
- Evaluación de Conocimiento	30%	El ciclo académico comprende 04 Módulos
- Evaluación de Producto	35%	
- Evaluación de Desempeño	35%	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); Calculado de la siguiente manera:

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

4



VII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

7.1 Fuentes documentales

- Castillo, M. (1997). *Procesos filosóficos comunicológicos en el ritual del poder el Vichama Raymi de Parmonguilla, para una nueva concepción ambiental de la civilización andina en el Norte Chico, Perú* <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2068/ARTICULO%20HENRY%20MARCELO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabrera, M- Santa Cruz, Bolivia <https://www.marianocabrera.com/como-promover-un-destino-turistico-marketing-turistico-presentacion-de-regalo/>
- Ley N° 28529 – Ley General de Turismo
- Ley N° 29408, Ley General de Turismo

7.2 Fuentes bibliográficas

- Alfaro, Rosa María. (1993) *Una comunicación para otro desarrollo*, Ed. Calandria, Lima, Perú.
- Bartoli Annie. (1992) *Comunicación y Organización*. Edt. Paidós Empresa. Barcelona.
- Benavides Julio, Bonilla Jorge y Pereira José. (1998), *La comunicación en contextos de desarrollo: balance y perspectivas*, en Revista Signo y Pensamiento No. 32, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Marcelo Castillo, Henry. (2012) *Una Cultura Perdida de más de 5,000 años: en La Arqueología del Arcaico Tardío en la Representación del Vichama Raymi (pp.22-25) Big Bang Faustino N° 01, Huacho, Perú: Imprenta Zona Graphic.*
- Teruel, Luis, (1617), *Carta Anuas Mission a los Yndios ydolatras del Corregimiento de La Barranca, y Cajatambo, Roma, Italia.*
- Winifred Creamer, Jonathan Haas, and Henry Marcelo Castillo, (2017) *A culturescape built over 5,000 years, archaeology, and Vichama Raymi in the forge of history*, (189, 208) University Press of Colorado, E.U.

7.3 Fuentes hemerográficas

- Túñez López, Miguel; Altamirano, Verónica; Valarezo, Karina P. *Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica* Revista Latina de Comunicación Social, núm. 71, pp. 249-271. 2016. Universidad de La Laguna Canarias, España. <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468014.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Ministerio de Economía y Finanzas 2011. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. *Guía para la elaboración del plan estratégico regional de turismo – PERTUR*. 2018. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/GUIA_PERTUR.PDF
- Lira, Julio. *Mincetur estima que turismo receptivo caerá 65% este año por crisis sanitaria del Covid-19*. Gestión Actualizada el 26/04/2020. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-mincetur-estima-que-turismo-receptivo-caera-65-este-ano-por-crisis-sanitaria-del-covid-19-nndc-noticia/>

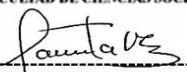
7.4 Fuentes electrónicas

- <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/>
- https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/Manual_Senalizacion_Turistica_2016.pdf
- <https://www.mincetur.gob.pe/producto-turistico/>
- <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/antropologica/article/viewFile/2030/1964>
- <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/10/Tema%2010.pdf>
- <https://nagoregarciasanz.com/plan-de-comunicacion>
- <https://www.mincetur.gob.pe/guia-oficial-de-turismo-mincetur-te-ensena-como-identificar-a-este-profesional/>

Huacho, julio de 2020



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES


M(a). MARÍA SUSY PANTA MEZA
DCU585