



Resolución Directoral

R.D. N° 040-2023-CENFOTUR/DN

Barranco, 2 de febrero de 2023

VISTO:

El Memorándum N° 002024-2022-DEE/CENFOTUR y Memorándum N° D000634-2022-CENFOTUR-DEE, emitidos por la Dirección de Extensión Educativa, Informe N° D000170-2022-CENFOTUR-SDCE emitido por la Sub Dirección de Cursos de Extensión y Memorando N° 103-2022-CENFOTUR/DN/COPA emitido por el Comité de Perfeccionamiento Académico, sobre las modificaciones de dos (02) Cursos de Capacitación (Programa de Formación Continua) y sus respectivos sílabos en modalidad presencial denominados: "Gestión Comercial de Productos Artesanales" y "Emprender con Innovación en Turismo";

CONSIDERANDO:

Que, el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR es un Organismo Público Ejecutor adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, con autonomía académica, económica, financiera y administrativa, de conformidad con el Decreto Ley N° 22155 – Ley Orgánica del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, precisado por el Decreto Legislativo N° 1451; destinado a la formación, capacitación, especialización y certificación de los recursos humanos en el campo de la actividad turística;

Que, mediante Resolución Directoral N° 082-2021-CENFOTUR/DN, se formaliza la aprobación del Reglamento General de los Programas de Formación Continua, Cursos de Extensión y Evaluación de Competencias Laborales del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, señala que la oferta de modalidades de servicio se brinda de manera presencial, semipresencial, a distancia, y que los Programas de Formación Continua se dan en función a una carga lectiva basada en créditos¹ y se brinda a través de Programas de Perfeccionamiento y/o Especialización y Programas de Capacitación, pudiendo ser prestados en el CENFOTUR o en instituciones públicas y/o privadas, conforme a sus artículos 4° y 5°;

Que, los Programas de Capacitación son programas puntuales que conducen al fortalecimiento de capacidades personales y profesionales en algunas de las áreas o calificaciones laborales del sector turístico y afines, desarrollándose bajo la modalidad de cursos de capacitación que tiene un valor mínimo a 01 crédito, conforme el artículo 5° del referido reglamento;

¹ El valor de un crédito equivale a 16 horas de clase teórica (teórico-practico) o 32 horas de clases prácticas.



Resolución Directoral

Que, se establece el procedimiento de la propuesta de creación y/o modificación, contenido del Silabo; respecto a la parte académica cuenta con las opiniones favorables del Comité de Perfeccionamiento Académico (COPA) del CENFOTUR y la Dirección de Extensión Educativa (DEE), y respecto a la incorporación en el TUSNE, las opiniones favorables de la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo y la Oficina de Administración y Finanzas cada una en el ámbito de sus competencias, a fin de que la referida propuesta pueda ser aprobados por la Dirección Nacional mediante una Resolución Directoral conforme a sus artículos 45°, 46° y 47°;

Que, mediante Resolución Directoral N° 051-2022-CENFOTUR/DN, se aprobó el Curso de Capacitación y su respectivo silabo en modalidad a distancia denominado "Gestión Comercial de Productos Artesanales";

Que, mediante Resolución Directoral N° 046-2022-CENFOTUR/DN, se aprobó el Curso de Capacitación y su respectivo silabo en modalidad a distancia denominado "Emprender con Innovación en Turismo";

Que, mediante Memorando N° 103-2022-CENFOTUR/DN COPA emitido por el Comité de Perfeccionamiento Académico remite a la Dirección de Extensión Educativa, el Acta de aprobación de las modificaciones de los dos (02) Cursos de Capacitación (Programa de Formación Continua) y sus respectivos sílabos en modalidad presencial denominados: "Gestión Comercial de Productos Artesanales" y "Emprender con Innovación en Turismo", siendo sustentando y teniendo opinión favorable de la Dirección de Extensión Educativa mediante Memorándum N° 002024-2022-DEE/CENFOTUR y Memorándum N° D000634-2022-CENFOTUR-DEE, sobre la base del Informe N° D000170-2022-CENFOTUR-SDCE emitido por la Sub Dirección de Cursos de Extensión;

Que, mediante Memorándum N° 000153-2022-OPPD/CENFOTUR emitido por la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo indica que los referidos cursos no deben ser incluidos en el TUSNE, al ser una intervención gratuita y que sus costos son financiados con Recursos Ordinarios;

Que, conforme lo expuesto resulta necesario emitir la Resolución correspondiente;

Con la visación de la Dirección de Extensión Educativa, Oficina de Asesoría Jurídica y Gerencia General;

De conformidad con el Decreto Ley N° 22155 - Ley Orgánica del CENFOTUR y el Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 016-2011-MINCETUR;



Resolución Directoral

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- APROBAR la modificación del Curso de Capacitación (Programa de Formación Continua) denominado "Gestión Comercial de Productos Artesanales" y de su respectivo silabo; bajo la modalidad presencial con dieciséis (16) horas académicas 01 crédito, cuyo silabo de cinco (05) folios forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo Segundo.- APROBAR la modificación del Curso de Capacitación (Programa de Formación Continua) denominado "Emprender con Innovación en Turismo" y de su respectivo silabo; bajo la modalidad presencial con veinte (20) horas académicas 01 crédito, cuyo silabo de cinco (05) folios forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo Tercero.- ENCARGAR a la Dirección de Extensión Educativa, en coordinación con las demás áreas del CENFOTUR, cautele el cumplimiento de las obligaciones del servicio presencial de conformidad a la normativa vigente.

Artículo Cuarto.- ENCARGAR, a la Dirección de Extensión Educativa, adecuar sus formatos, manuales, procedimientos y otros instrumentos a lo establecido en el Reglamento General de los Programas de Formación Continua, Cursos de Extensión y Evaluación de Competencias Laborales del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR aprobado por Resolución Directoral N° 082-2021-CENFOTUR/DN, normativa interna del CENFOTUR y demás normatividad del sector educación y trabajo

Artículo Quinto.- ENCARGAR a la Gerencia General la comunicación de la presente Resolución a las áreas respectivas, a fin de que implementen las acciones que estén en el ámbito de su competencia.

Artículo Sexto.- ENCARGAR al responsable del Portal de Transparencia, la publicación de la presente Resolución en la página web del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR.

Regístrese y comuníquese

Documento firmado digitalmente
GRACIELA MARGARITA MARÍA SEMINARIO MARÓN
Directora Nacional
Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR

DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA
SÍLABO
GESTIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS ARTESANALES

I. DATOS GENERALES

1.1	Nombre del (curso o módulo)	:	Gestión Comercial de Productos Artesanales
1.2	Total de horas académicas	:	16 (teórica)
1.3	N° de horas por sesión	:	04
1.4	Modalidad (presencial, semipresencial, a distancia)	:	Presencial
1.5	Créditos	:	01

II. JUSTIFICACIÓN

Justificación de propuesta de curso y/o actualización

El Curso de capacitación "Gestión comercial de productos artesanales" (Programa de Formación Continua), tiene una justificación teórica, porque aporta los conocimientos y aplicación de las estrategias para la comercialización de los productos artesanales en el mercado de las artesanías. Asimismo, tiene una justificación práctica porque fomenta el uso de las herramientas de marketing mix, así como las herramientas de e-commerce aplicadas a las ventas de los productos artesanales. En esa línea de ideas, también tiene una justificación metodológica porque ayuda a estructurar un servicio de ventas para el sector artesanías permitiendo poder replicar la experiencia para participar con éxito en las ferias artesanales. Finalmente, existe una justificación y relevancia social porque permite articular con otros participantes e interactuar experiencias, para rentabilizar mejor a la empresa.

III. SUMILLA

Sumilla

El Curso de capacitación "Gestión Comercial de Productos Artesanales" (Programa de Formación Continua), forma parte del área de formación especializada. Es de naturaleza teórico-práctico y se realiza en la modalidad presencial. El curso tiene el propósito de aportar conocimientos y estrategias a nivel básico a los participantes para que logren gestionar comercialmente de manera eficiente, sus productos artesanales, según el segmento de mercado artesanal, empleo de marketing y uso de herramientas de e-commerce.

El curso está dividido en IV Unidades:

- I. El segmento de las artesanías
- II. El mercado de las artesanías
- III. El marketing artesanal
- IV. Ventas on-line y medios de pago

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO/MÓDULO

Competencias del curso/módulo

N°	Competencia General del Curso ó Unidad Didáctica	N°	Competencias Específicas del Curso
1	Analiza los elementos clave para gestionar las operaciones comerciales de productos artesanales con el propósito de elevar las ventas y mejorar la rentabilidad de la empresa a través del conocimiento de los	1.1	Identifica los segmentos del mercado de las artesanías para ubicar su producto al segmento que corresponde y gestionar su comercialización.
		1.2	Determina la proyección de su participación en el mercado de las artesanías.

segmentos de mercado y aplicación de marketing y herramientas de comercio digital.	1.3	Expone las estrategias de Marketing para consolidar su posicionamiento en el mercado y promocionar la venta de su producto.
	1.4	Identifica el uso de herramientas digitales para la venta de sus productos artesanales.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS:

UNIDAD DIDÁCTICA I				
EL SEGMENTO DE LAS ARTESANÍAS				
COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.1				
PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):				
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los segmentos del mercado de las artesanías comparando las características de cada uno de los segmentos para la ubicación de su producto al segmento que pertenece. 				
N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
1	2	El Mercado de las artesanías <ul style="list-style-type: none"> Introducción al contexto de la artesanía peruana. La Artesanía Regional La Identidad cultural para el desarrollo de artesanías. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del facilitador, sílabo, Unidades y logros al final del curso. Presentación y exposición de contenidos. Debate: Características de la artesanía Regional y la identidad cultural en ella. Resaltan conclusiones Cierran tema. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva Separata Pc/table Equipo multimedia Internet
	2	Los segmentos del producto artesanal en el mercado <ol style="list-style-type: none"> El mercado de la Pieza Única. El Mercado de la Artesanía tradicional. El Mercado de la Artesanía de Vanguardia El Mercado de la Artesanía de Souvenir. Práctica calificada 01 (tarea grupal)	<ul style="list-style-type: none"> Presentación y exposición de contenidos. Trabajo Grupal 01 <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupos de trabajo. Elaboran un esquema: identifican los segmentos del mercado en el que comercializan sus productos. Exponen el segmento de mercado en el que participan. Resaltan conclusiones. Presentación de esquema Tarea para casa: Revisión de Reglamento de participación ferial "De nuestras manos" (aplicación en sesión 02). Cierran sesión 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva Separata Pc/table Equipo multimedia Internet Ficha de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA II				
EL MERCADO DE LAS ARTESANÍAS				
COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.2				
PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):				
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la proyección de su participación en el mercado de las artesanías tomando en cuenta su plan de participación y el cálculo de su presupuesto. 				

N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
2	2	La Feria Artesanal. <ul style="list-style-type: none"> Tipo de Ferias. Selección de Ferias (criterio de rentabilidad). La Pre – feria: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Presupuesto. ✓ Presentación de colección del producto. ✓ Herramientas de promoción. Durante la feria. La Post Feria 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de tema según sesión correspondiente. Exposición de contenidos Emisión de videos: <ol style="list-style-type: none"> Feria “Peruvian Gift show (internacional). Feria “De nuestras manos” (nacional). Debate: Análisis y opinión sobre la posibilidad de participación que podrían tener cada uno en alguna de las ferias. Resaltan conclusiones. Cierran tema. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva Separata Pc/laptop Equipo multimedia Internet Videos Reglamento de participación Ferial
	2	Preparándose para la Feria Artesanal <ul style="list-style-type: none"> Presentación del ejercicio Conformación de grupos Proponen Plan de acción de participación en feria artesanal Práctica calificada 02 (tarea grupal)	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de ejercicio. Trabajo Grupal 02 <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupos de trabajo. Tomando en cuenta los lineamientos del Reglamento de participación ferial “De nuestras manos”, realizan lo siguiente: Elaboran un Plan de acción preparatoria (esquema de trabajo) sobre su posibilidad de participación en una feria especializada, según indicaciones del facilitador. Resaltan conclusiones Exposición y presentación de Plan Cierran sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva Separata Reglamento de participación ferial Ejercicio aplicativo Pc/laptop Equipo multimedia Internet Esquema (criterios de trabajo)

**UNIDAD DIDÁCTICA III
EL MARKETING ARTESANAL**

COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.3

PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):

- Exponer las estrategias de Marketing en el posicionamiento y promoción de venta de su producto tomando en cuenta los elementos del marketing mix en una feria artesanal.

N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
3	4	El Marketing Mix Producto <ul style="list-style-type: none"> Etiquetado Hand Tag Plaza <ul style="list-style-type: none"> Catálogo Promoción <ul style="list-style-type: none"> Empaque del producto Precio	<ul style="list-style-type: none"> Presentación y exposición de contenidos Participación Grupal 03 <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupo. Tomando en cuenta el caso del trabajo grupal 02 (sesión 02), realizan lo siguiente: Identifican y aplican estrategias de marketing mix para un stand. Preparan Resumen (esquema) Exponen y resaltan conclusiones 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva Separata Pc/laptop Equipo multimedia Internet Esquema (criterios de trabajo)

	<ul style="list-style-type: none"> • Política de Precios • Método de fijación de precios • El descuento • Precio al Volumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Cierran sesión 	
Práctica calificada 03 (tarea grupal)			

**UNIDAD DIDÁCTICA IV
VENTAS ON LINE Y MEDIOS DE PAGO**

COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.3

PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):

- Identificar el uso de las herramientas digitales empleadas para ventas de productos artesanales tomando en cuenta las estrategias del comercio electrónico.

N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
4	2	Ventas On-line <ul style="list-style-type: none"> • Formas de Comercio Electrónico: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Según el perfil comercial ✓ Según el modelo de negocio ✓ Ventajas del E-commerce ✓ Desventajas del E-commerce ✓ Las ventas técnicas y cierre de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de temas según sesión correspondiente. • Exposición de contenidos. • Proyección de video: Ventas virtuales. <p>Participación Individual 01</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizan páginas virtuales de "Artesanías del Perú". • Identifican las características de la transacción en las ventas virtuales y comparten experiencias sobre el uso de herramientas e-commerce. • Cierran tema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sílabo • Diapositiva • Separata • Pc/laptop • Equipo multimedia • Internet
	2	Medios de Compra <ul style="list-style-type: none"> • El medio de pago • Proceso de compra • Despacho • Devoluciones y cambios • Creación del código QR <p>Evaluación final de curso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de tema. • Exposición de contenidos <p>Participación Individual 02</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifican el funcionamiento y operatividad de los sistemas de pago a través de las herramientas digitales. • Cierran sesión • Evaluación final de curso: resolución de cuestionario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sílabo • Diapositiva • Separata • Pc/laptop • Equipo multimedia • Internet • Evaluación final (cuestionario).

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El curso se desarrollará de manera presencial, empleando el método participativo individual y grupal. Asimismo, se hará uso de materiales audiovisuales como videos, diapositivas, material anexo (Reglamento) y apoyo de separata, según el desarrollo de cada sesión. En resumen, las estrategias a emplear para el logro de los aprendizajes serán:

- Participación individual
- Trabajos Grupales
- Exposición de clase
- Debate
- Aplicación de balotario (cuestionario).

VII. EQUIPOS Y MATERIALES

Sílabo, diapositivas, separatas, videos, lecturas seleccionadas, prácticas calificadas.

VIII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

N°	Esquema de Evaluación	Ponderación %	Total
1	Unidad I (Práctica calificada 01)	25%	100%
2	Unidad II (Práctica calificada 02)	25%	
3	Unidad III (Práctica calificada 03)	25%	
4	Unidad IV (Participación Individual 01 y 02)	10%	
5	Evaluación Final (aplicación de cuestionario)	15%	

Normas específicas del Curso/ Módulo

1. Es indispensable la asistencia del participante en un 70%
2. La participación será permanente (intervenciones en clase obligatoria: individual y grupal)
3. Se otorgará certificado a los alumnos que hayan aprobado con nota igual o mayor a 13.

IX. BIBLIOGRAFÍA

▪ BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Gutiérrez, C. (2020). *Mapa Etnográfico del textil artesanal en el Perú*. Perú. Fondo Editorial del Congreso en el Perú.

Hernández A, Estrade J & Toro J (2020) *Marketing Digital: Móvil marketing, SEO y Analítica web (SOCIAL MEDIA)*. Ed. Social Business.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021) *Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad*. España. Ed. Almuzara.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2022) *Marketing 4.0: Transforma las estrategias para atender al consumidor digital*. España. Ed. LID.

▪ BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Gianella, C y Pazos, S. (2017) *Manual para la organización y participación en ferias artesanales*. Lima, Perú: Editorial Soluciones prácticas. Recuperado de <http://artesaniatextil.com/wp-content/uploads/2017/05/Parte%20-1-1-Manual-ferias.pdf>.

CGTN Español (s/f). *“De nuestras manos” es la feria artesanal más importante del Perú*. [video] Youtube. Recuperado (01 de julio de 2022) de: <https://www.youtube.com/watch?v=pSO3pYAGwsk>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). *Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento Ley N° 29073*. (Recuperado 01 de julio de 2022) de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31550/22190_24_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012b.pdf20180706-19116-64g8dk.pdf

DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA
SÍLABO
Emprender con innovación en turismo

I. DATOS GENERALES

1.1	Nombre del (curso o módulo)	:	Emprender con innovación en turismo
1.2	Total de horas académicas	:	20 (teóricas)
1.3	N° de horas por sesión	:	05
1.4	Modalidad (presencial, semipresencial, a distancia)	:	Presencial
1.5	Créditos	:	01

II. JUSTIFICACIÓN

Justificación de propuesta de curso y/o actualización

El Curso de capacitación "Emprender con innovación en turismo" (Programa de formación continua), tiene una justificación teórica, ya que busca fomentar los conocimientos y la aplicación de herramientas que le permitan a los participantes elaborar el modelo de negocio ajustado a su empresa. Asimismo, tiene una justificación práctica debido a que las herramientas de emprendimiento ayudarán a los participantes en el diseño y rediseño de su modelo de su negocio. También tiene una justificación metodológica debido a que el tratamiento de los conceptos, herramientas y estrategias empleadas para el diseño de su modelo de negocio pueden servir de guía para elaborar y estructurar cursos de emprendimiento en un nivel avanzado. Finalmente, existe una justificación y relevancia social porque busca motivar a mejorar e innovar la propuesta de valor de sus negocios.

III. SUMILLA

Sumilla

El Curso de capacitación "Emprender con innovación en turismo" (Programa de formación continua), pertenece al área de formación especializada. Es de naturaleza teórica-práctica y se realizará en la modalidad Presencial. El curso tiene el propósito de proporcionar a cada uno de los participantes los conocimientos básicos, herramientas y estrategias de emprendimiento para que los participantes elaboren su modelo de negocios empleando la metodología de modelo de negocios Canvas, que les permita mejorar y rediseñar la propuesta de valor de su empresa e incrementar su rentabilidad.

El curso está dividido en III Unidades:

- I. Bases para emprender con innovación en turismo
- II. Diseño de la Propuesta de Valor
- III. El Modelo de Negocios Canvas

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO/MÓDULO

Competencias del curso/módulo

N°	Competencia General del Curso ó Unidad Didáctica	N°	Competencias Específicas del Curso
1	Diseña un modelo de negocios para una empresa de turismo, con el propósito de innovar la propuesta de valor para incrementar la rentabilidad de la misma, empleando los 09 principios fundamentales del modelo de la metodología de negocios CANVAS.	1.1	Identifica los elementos base para desarrollar e innovar proyectos de emprendimiento en el sector turismo.
		1.2	Diseña la propuesta de valor para una empresa turística con el propósito de innovar con creatividad el servicio brindado.
		1.3	Elabora un modelo de Negocios para una empresa turística con el propósito de innovar su propuesta de valor y elevar su rentabilidad.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS:

UNIDAD DIDÁCTICA I				
BASES PARA EMPRENDER CON INNOVACIÓN EN TURISMO				
COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.1				
PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):				
<ul style="list-style-type: none"> Identificar los conceptos clave para el desarrollo e innovación de proyectos de emprendimiento tomando en cuenta las herramientas de pensamiento creativo. 				
N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
1	2	Conceptos clave para emprender: I <ul style="list-style-type: none"> Definiciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Idea ✓ Creatividad ✓ Pensar fuera de la caja ✓ Innovación ✓ Ventaja competitiva ✓ Desarrollo sostenible ✓ Ecosistema digital: las Redes sociales Emprendimiento: conceptualización Cualidades del emprendedor Ser emprendedor en el Perú Casos de éxito de empresas turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de Facilitador, sílabo, unidades y objetivos; y características para su desarrollo. Evaluación de entrada (resolución de cuestionario). Presenta temas a desarrollar. Proyección de video: caso de éxito de empresa turística. Desarrollo y exposición de contenidos. <p>Participación Individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Debate: participan con actitud crítica e intercambian puntos de vista sobre conceptos clave de emprendimiento. Resuelven cuestionario virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva PC o laptop Equipo multimedia Video Internet Cuestionario digital
	2	Conceptos clave para emprender: II <ul style="list-style-type: none"> Innovation Process Job to be done Pensar en el problema: El mapa de viaje del cliente Conoce a tu cliente: El cliente Post pandemia Inteligencia competitiva Vigilancia tecnológica: conceptualización y características Scamper: conceptualización Pensar en prospectiva Desing thinking: conceptualización y características El Business Model: conceptualización 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta temas a desarrollar. Proyección de video: Metodología Scamper. Desarrollo y exposición de contenidos. <p>Participación Individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Debate: participan con actitud crítica intercambiando puntos de vista sobre conceptos clave de emprendimiento. <p>Trabajo Grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupos de trabajo. Elaboran en una ficha de resumen: 02 ejemplos prácticos de cómo generar ideas creativas para mejorar el servicio que brindan las empresas turísticas a través de la metodología Scamper. Presentan Ficha Resumen. Cierran sesión y Unidad I. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositiva PC o laptop Equipo multimedia Internet Video (Metodología Scamper)

UNIDAD DIDÁCTICA II				
DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR				
COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.2				
PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):				
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar la propuesta de valor de una empresa de turismo tomando en cuenta el bosquejo de mapa de empatía y el bosquejo del mapa de la propuesta de valor. 				
N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
02	4	Creación de Valor y rediseño de	<ul style="list-style-type: none"> Presenta temas a desarrollar en sesión 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo

		propuesta: diseñando mapas <ul style="list-style-type: none"> Conceptos eje: <ul style="list-style-type: none"> ✓ El Mapa de la empatía. ✓ El Mapa de la Propuesta de Valor. Rediseñar la propuesta de valor. Casos de creación de Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> Casos: Nacional e internacional 	correspondiente. <ul style="list-style-type: none"> Proyección de video motivador: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapa de la empatía ✓ Mapa de la Propuesta de Valor Desarrollo y exposición de contenidos. Participación individual <ul style="list-style-type: none"> Debate: Importancia y beneficios a través del Mapa de la empatía y Mapa de la Propuesta de Valor para las empresas turísticas. Participación Grupal <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupos de trabajo. Cada grupo de manera libre (elige un tipo de empresa turística), elaboran su: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapa de empatía y ✓ Mapa de la Propuesta de Valor Se monitorea avance en clase. Culminan tarea y cierran sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> Diapositivas Separata Ficha Mapa de la empatía Ficha Mapa de Propuesta de Valor PC ó laptop Equipo multimedia Internet
03	02	Practica Calificada <ul style="list-style-type: none"> Exposición y presentación de Mapas 	Trabajo Grupal <ul style="list-style-type: none"> Cada grupo expone sus mapas. Se genera la retroalimentación y presentan sus trabajos finales (trabajos promediabiles). Cierran Unidad II. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositivas Pc o laptop Equipo multimedia Internet Fichas de trabajo (Mapa de empatía y Mapa de Propuesta de Valor).

**UNIDAD DIDÁCTICA III
EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS**

COMPETENCIA ESPECÍFICA: 1.3

PRODUCTO (Indicadores de logro y/o resultado de aprendizaje):

- Elaborar un Modelo de Negocios empleando los 09 pilares de la metodología de modelo de negocios Canvas.

N° Sesión	N° Horas	Contenido	Actividades de Aprendizaje	Recursos Didácticos
03	02	09 Principios para diseñar mi CANVAS: 01,02,03 <ul style="list-style-type: none"> P01: Segmento de mercado. P02: Canales de distribución. P03: Propuesta de valor. 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta temas a desarrollar. Proyección de video motivador: El Modelo de Negocios Canvas. Desarrollo y exposición de contenidos Participación Individual <ul style="list-style-type: none"> Debate: cruzan opiniones respecto a Principios de Canvas (01, 02, 03). Trabajo Grupal <ul style="list-style-type: none"> Se organizan en grupos de trabajo. Tomando en cuenta, cada caso elegido por grupo en la Unidad III, inician el diseño de su modelo de negocios Canvas, planteando los principios 01, 02, 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Video Diapositivas Formato (Canvas) PC ó laptop Equipo multimedia Papelógrafo Plumones Post it

			03. <ul style="list-style-type: none"> El facilitador, monitorea avance y brinda retroalimentación. Cierran sesión. 	
04	2	09 Principios para diseñar mi CANVAS: 04,05,06 <ul style="list-style-type: none"> P04: Relación con los clientes. P05: Recursos clave. P06: Actividades clave. 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta temas según sesión correspondiente. Desarrollo y exposición de contenidos. <p>Participación Individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Debate: cruzan opiniones respecto a principios de Canvas (04, 05, 06). <p>Trabajo Grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizados en grupo (según tipo de negocio), plantean en formato Canvas los principios 04, 05, 06. El facilitador, monitorea avance y brinda retroalimentación de principios desarrollados. 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositivas Formato (Canvas) PC ó laptop Equipo multimedia Internet Papelógrafo Plumones Post it
	2	09 Principios para diseñar mi CANVAS: 07,08,09 <ul style="list-style-type: none"> P07: Aliados estratégicos. P08: Estructura de costos. P09: Flujo de ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> Inician exposición y desarrollo de principios: 07, 08 y 09. <p>Participación Individual</p> <ul style="list-style-type: none"> Debate: cruzan opiniones respecto a principios de Canvas (07, 08, 09). <p>Trabajo Grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizados en grupo (según tipo de negocio), plantean en formato Canvas los principios 07, 08, 09. El facilitador, monitorea avance y brinda retroalimentación de principios desarrollados. Cierran sesión. 	
05	04	Diseño y presentación de Modelo de Negocio CANVAS <ul style="list-style-type: none"> Evaluación final 	Evaluación Final: Exposición y presentación de trabajo <p>Trabajo Grupal:</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizados en grupo, culminan el diseño y rediseño de elaboración de un modelo de negocios a través de un CANVAS (tomando en cuenta los 09 principios). Cada grupo, expone el modelo de negocios elaborado. Se realiza retroalimentación de cada CANVAS y presentan su trabajo final (carácter: evaluación final). Cierre del curso 	<ul style="list-style-type: none"> Sílabo Diapositivas Formato Canvas PC ó laptop Internet

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El curso será presencial y participativo (Individual y grupal). Asimismo, para consolidar los aprendizajes desarrollados se empleará materiales audiovisuales, cuestionario digital, empleo de mapas (plantillas) para conocimiento del cliente y el uso del formato de metodología Canvas.

Las estrategias por emplear para el logro de sus aprendizajes serán:

- Exposición (facilitador-participante)
- Participación Individual
- Participación Grupal

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Debate
- Feed back
- Monitoreo de trabajos

VII. EQUIPOS Y MATERIALES

Sílabo, diapositivas, videos, plantilla de mapas y Formato Canvas, cuestionario (google form).

VIII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

N°	Esquema de Evaluación	Ponderación %	Total
1	Evaluación de entrada (Cuestionario digital)	Referencial	100%
2	Unidad I (participación individual y grupal)	20%	
3	Unidad II (presentación de mapas)	20%	
4	Unidad III (presentación de avances: 09 principios)	20%	
5	Evaluación final: Exposición y presentación de Canvas	40%	

Normas específicas del Curso/ Módulo

1. La cantidad de horas mínima de asistencia será el 70% de las horas durante el desarrollo del curso.
2. Es indispensable la participación individual y grupal de cada participante, ya que su participación será ponderativa.
3. Se otorgará un certificado a cada participante que haya aprobado con nota igual o mayor a 13.

IX. BIBLIOGRAFÍA
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y (2011). *Generación de modelos de negocios*. España. Editorial Grupo Planeta.
- Osterwalder, A. (2017). *Diseñando la Propuesta de valor*. Editorial Deusto SA.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Arreola, O. (2018). *Cómo ser un tester*. EEUU. Editorial Independently published.
- Manzanera, A. (2019). *Finanzas para emprendedores*. México. Editorial Brooket.
- Maurya, A. (2018). *Running lean*. España. Universidad Internacional de Rioja S.A (UNIR).
- Rosas, G., Ruíz, S., Martínez, N., Cantú, M. y Enríquez, A. (s/f) Manual de Desing Thinking. (Recuperado el 10 de marzo del 2022): http://www.utsc.edu.mx/vidaEstudiantil/pdf/pdf_pades/manual_design_thinking.pdf
- López, A. (s/f). Scamper: El poder creativo de la pregunta. (Recuperado el 20 de junio de 2022):. file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-Scamper-4134689.pdf