



Gestión de mercados de productos turísticos



01 **Presentación**

Bienvenido al programa de formación tecnología en Gestión de mercados de productos turísticos.

Este programa de formación brinda conocimientos sobre uso de tecnologías digitales, estructuración de comunidades virtuales y gestión de datos e información, la cual facilita al interior de las organizaciones la ejecución eficaz de planes de mercadeo para el afianzamiento de la relación con los clientes, el crecimiento de las ventas y el fortalecimiento de la posición en el mercado turístico.

Como egresado SENA, estará en capacidad de diseñar paquetes turísticos y eventos acorde con la proyección del mercado turístico, igualmente, podrá estructurar y administrar un ecosistema digital, implementando campañas de mercadeo digital que promuevan la venta efectiva de productos y servicios turísticos.

Este programa tiene una duración de 27 meses y se impartirá en modalidad virtual. Para acceder, debe contar con un computador o tablet con acceso a internet.

¡Súmese a esta propuesta de formación y haga parte de los miles de colombianos que le apuestan al cambio!

Información del programa

Clic para ver el video



 **Código**
124103

 **Horas**
3984

 **Duración**
27 meses

 **Modalidad**
Virtual

02 Justificación del programa

El programa de formación tecnología en Gestión de mercados de productos turísticos, brinda al sector turismo y a los subsectores, la posibilidad de incorporar talento humano con habilidades técnicas y personales que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento económico, social y tecnológico de su entorno y del país.

Desde su surgimiento como disciplina independiente a principios de los años 90, el mercadeo ha tenido una evolución tanto en su campo de acción, como en los medios, canales de comunicación utilizados y sectores de aplicación. En los últimos años, la economía mundial también ha sufrido cambios drásticos que han obligado a las empresas a ofrecer productos diferenciados, que despierten cada vez mayor interés y valor. En virtud de esto, el sector turismo ha evolucionado en cuanto se refiere al mercadeo de destinos, experiencias, eventos, gastronomía, deporte, aventura, cultura, bienestar, salud, negocios y, en general, la amplia oferta que hoy se considera producto turístico, convertido en propuesta de valor para los visitantes y turistas.

Los Pactos por el Crecimiento, la Vicepresidencia de la República para el Sector Turismo y el Ministerio del Trabajo, han aunado esfuerzos con aliados como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), así como con otras importantes organizaciones gremiales y empresariales, para el desarrollo de estudios enfocados a la identificación y medición de brechas de capital humano. Los resultados resaltan diferentes cargos considerados por las empresas como críticos o de difícil cobertura, entre otros, el Asistente de Marketing y Ventas, señalando que la principal razón para que los empresarios lo consideren como crítico es que los candidatos no cumplen con las competencias requeridas por el sector.

Si bien existen programas de formación ofertados a nivel nacional, asociados al mercadeo del turismo, los estudios muestran que existen desbalances entre los requerimientos del sector empresarial y la oferta educativa vigente, en especial en temas administrativos, de tipo gerencial y técnico, tales como pensamiento sistémico, análisis crítico, innovación, proyección corporativa, manejo de un segundo idioma, conocimiento del sector, así como una clara demanda de destrezas y competencias transversales, aspectos curriculares en los cuales el SENA ha venido fortaleciéndose (Sena, 2012).

Por lo anterior y de acuerdo con la caracterización del sector mercadeo realizada por el SENA en 2020, las nuevas funciones requeridas por el sector productivo, incluidas en la ocupación Asistentes de mercadeo, Publicidad y Comunicaciones, convergen en el programa Gestión de mercados de productos turísticos de nivel tecnólogo. En este sentido, el programa permitirá al egresado actuar con integridad en la gestión de mercadeo, identificación, prospección y seguimiento de clientes, comunicación, estructuración y gestión de comunidades virtuales, promoción de eventos de productos y servicios. Todas las anteriores, orientadas al posicionamiento de las MiPymes y organizaciones públicas y privadas dedicadas al comercio de servicios turísticos.

03 Competencias a desarrollar

- 260101033 - Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas.
- 260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico.
- 260201070 - Asesorar viajeros de acuerdo con tipo de servicio turístico y normativa.
- 260101073 - Estructurar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de marketing digital y tipo de negocio.
- 260101007 - Gestionar eventos de acuerdo con el plan estratégico organizacional o el plan de mercadeo.
- 220501046 Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con necesidades de manejo de información.
- 240201524 - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
- 240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
- 220201501 - Aplicación de conocimientos de las ciencias naturales de acuerdo con situaciones del contexto productivo y social.
- 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.
- 240201530 - Identificar la dinámica organizacional del SENA y el rol de la Formación Profesional Integral de acuerdo con su proyecto de vida y desarrollo personal.
- 210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
- 230101507 - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
- 240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos.



- 240201533 - Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales. - Fomento de la cultura emprendedora.
- 220601501 - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente - Protección para la salud y el medio ambiente.
- 240201526 - Enrique Low Murtra - Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz– Ética para la construcción de una cultura de paz.
- 999999999 - Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación, asumiendo estrategias y metodologías de autogestión.

04 Perfil de ingreso

El perfil de ingreso para el programa tecnólogo en Gestión de mercados de productos turísticos requiere nivel académico Educación Media, grado 11° y una edad mínima de 14 años.

No podrán aspirar aquellas personas que posean limitaciones físicas o cognitivas que impiden total o parcialmente el desarrollo de la formación y que estén expresamente descrita y soportadas en normas relacionadas con el desempeño ocupacional y profesional.

05 Perfil de egreso

El programa Gestión de mercados de productos turísticos, de nivel tecnólogo, permitirá al egresado asistir en la gestión en actividades de mercadeo, identificación, prospección y seguimiento de clientes, comunicación, estructuración y gestión de comunidades virtuales, promoción de eventos de productos y servicios; todas orientadas al posicionamiento de las MiPymes y Organizaciones públicas y privadas dedicadas al comercio de servicios turísticos; lo anterior asegurando integridad en su desempeño.



06 Estrategia metodológica

Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias.

Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento:

- › Instructor - tutor
- › El entorno
- › Las TIC
- › El trabajo colaborativo

