



UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

MODALIDAD VIRTUAL: SEMIPRESENCIAL

GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA:

MAESTRO EN MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO

(Versión Ejecutiva)

Fecha de actualización

01 de diciembre de 2015

I. OBJETIVOS ACADÉMICOS

- Consolidar la especialización de los futuros maestros en el campo del marketing turístico y hotelero, contribuyendo así en el desarrollo socio económico de la región y el país.
- Formar investigadores que otorguen a las actividades del marketing turístico toda la seriedad y madurez que necesitan para ocupar el lugar que le corresponde en concierto de prácticas sociales, económicas, administrativas y culturales.
- Lograr que los graduados identifiquen oportunidades de negocio, preparar planes de marketing, elaborar proyectos de inversión, así como formular estrategias

II. PERFIL DEL GRADUADO

Al finalizar la Maestría en Marketing Turístico y Hotelero, los graduados habrán desarrollado las siguientes competencias:

2.1 Competencia General

- Conoce, interpreta y critica constructivamente los fundamentos básicos de la Deontología y su relación con la realidad, la ciencia, el conocimiento, la condición del hombre como persona humana, los valores morales, los derechos humanos y la Ética.
- Reconoce y valora con criterio creativo innovador y constructivo local, nacional e internacional en el presente, en sus antecedentes y su proyección al futuro.
- Se comunica eficientemente en forma oral y escrita con su entorno laboral y con lo que le rodea socialmente y culturalmente.
- Se comunica con asertividad y aplica una interrelación eficiente y práctica con las personas de su entorno laboral y social.
- Conoce, explica y ejemplifica los conceptos de conocimiento, ciencia, método e investigación.
- Identifica, analiza, comprende y explica la problemática en el contexto de marketing turístico y hotelero a nivel local, regional, nacional y mundial.
- Conoce y aplica el método científico y sus etapas, en situaciones reales de la empresa y la sociedad, los diversos estadígrafos que permitan procesar, presentar, analizar, interpretar, contrastar y verificar los trabajos de investigación científica.
- Diseña y elabora un Proyecto de Investigación sobre un tema específico y real, en el campo del marketing turístico y hotelero a nivel local, regional, nacional y mundial, utilizando el método científico.
- Ejecuta o desarrolla una investigación en base al Proyecto, elabora el respectivo informe y se encuentra eficientemente preparado para sustentarlo.
- Se comunica personal y profesionalmente en español y en otro idioma

2.2 Competencias de Especialidad

- Define el significado del marketing turístico y hotelero, y sus instrumentos, como gestor y operador de empresas hoteleras, explicando las diferentes áreas de una agencia de acuerdo a las demandas turísticas.
- Brinda información calificada a la comunidad sobre el marketing de empresas hoteleras y restauración mediante actividades de promoción, comercialización y marketing con eficacia y competitividad.
- Usa y proyecta los estados financieros, optimizando la estructura y los recursos de la empresa con eficiencia.
- Brinda a la comunidad oportunidades innovadoras a través de la organización y dirección de diversos servicios hoteleros según la demanda con eficiencia y creatividad.

III. PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE

CICLO	ASIGNATURA	CÓDIGO (actual)	HORAS ACADÉMICAS		TOTAL HORAS LECTIVAS	CRÉDITOS
			Teóricas	Prácticas		
I	TEORÍA DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE	032339	24	48	72	3
I	FILOSOFÍA Y ÉTICA	032567	24	48	72	3
I	FUNDAMENTOS DE MARKETING	032329	24	48	72	3
I	SEMINARIO DE TESIS I	032476	24	48	72	3
TOTAL			96	192	288	12

SEGUNDO SEMESTRE

CICLO	ASIGNATURA	CÓDIGO (actual)	HORAS ACADÉMICAS		TOTAL HORAS LECTIVAS	CRÉDITOS
			Teóricas	Prácticas		
II	MARKETING ESTRATÉGICO PARA TURISMO Y HOTELERÍA	032460	24	48	72	3
II	MARKETING OPERATIVO PARA TURISMO Y HOTELERÍA	032470	24	48	72	3
II	GERENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO	032459	24	48	72	3
II	ECONOMÍA DEL TURISMO	032328	24	48	72	3
TOTAL			96	192	288	12

TERCER SEMESTRE

CICLO	ASIGNATURA	CÓDIGO (actual)	HORAS ACADÉMICAS		TOTAL HORAS LECTIVAS	CRÉDITOS
			Teóricas	Prácticas		
III	PROMOCIÓN PUBLICIDAD TURÍSTICA	Y 032230	24	48	72	3
III	FORMULACIÓN EVALUACIÓN DE PROYECTOS	Y 032407	24	48	72	3
III	MARKETING SERVICIOS TURÍSTICOS HOTELEROS	DE Y 032490	24	48	72	3
III	ADMINISTRACIÓN EMPRESAS TURÍSTICAS HOTELERAS	DE Y 032550	24	48	72	3
TOTAL			96	192	288	12

CUARTO SEMESTRE

CICLO	ASIGNATURA	CÓDIGO (actual)	HORAS ACADÉMICAS		TOTAL HORAS LECTIVAS	CRÉDITOS
			Teóricas	Prácticas		
IV	SEMINARIO I: MARKETING RELACIONAL	032431	24	48	72	3
IV	SEMINARIO DE TESIS II	032477	72	144	216	9
TOTAL HORAS ACADÉMICAS			96	192	288	12