

PORTADA



PRESENTACION

El documento que se presenta a continuación es uno de los productos que contempla el desarrollo de traducciones formativas modulares en el marco del proyecto “Levantamiento de Perfiles Ocupacionales Críticos y Desarrollo de Material Formativo para el Clúster de Turismo de Intereses Especiales”.

Este documento incluye:

- Perfil de Gestor Público de Turismo, el cual define el área ocupacional, unidades de competencias y contexto de competencia.
- Módulos formativos, el cual contempla orientaciones para el instructor y/o tutor, desarrollo y definición del perfil, objetivo y desarrollo de los contenidos los cuales integran aprendizajes esperados, actividades. Ejemplo, evaluación, indicaciones para el instructor y/o tutor y duración.

La estructura modular se establece de acuerdo a las competencias del perfil, estableciendo un orden secuencial de complejidad en la aplicación de la competencia. Cabe señalar que los módulos al integrarse pueden corresponder a distintos niveles de avance en el contexto de una carrera.

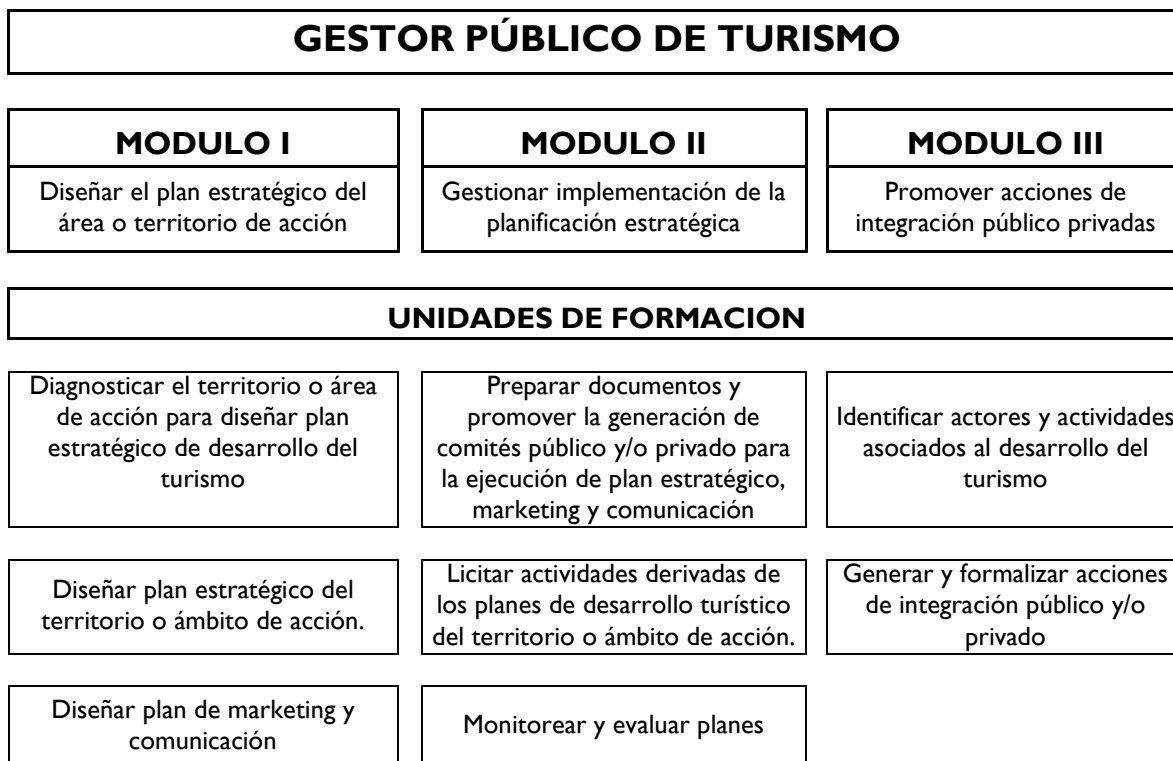
En definitiva, este material servirá de apoyo para las personas y empresas que en un futuro deseen capacitarse y certificarse en base a competencias laborales y también para los tutores que participen en este proceso de formación.



MÓDULOS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIA

G E S T O R P Ú B L I C O D E
T U R I S M O

ESQUEMA GENERAL DE FORMACION





ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES	6
ORIENTACIÓN PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR	7
DEFINICIÓN DE PERFILES	8
Perfil del participante	8
Perfil Ocupacional	8
Perfil del Instructor y/o tutor	8
DESARROLLO DEL PERFIL	9
Requisitos de entrada	9
Aprendizaje esperado de los módulos	9
Materiales a disposición del participante	9
Estrategia formativa	9
Criterios de evolución	9
Requisitos de egreso	9
MÓDULO 1: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN	
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	10
UNIDAD 1.1 Diagnosticar el territorio o área de acción para diseñar plan estratégico de desarrollo del turismo.	11
UNIDAD 1.2 Diseñar plan estratégico del territorio o ámbito de acción	14
UNIDAD 1.3 Diseñar plan de marketing y comunicación	16
MÓDULO 2: GESTIONAR ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN	
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	18
UNIDAD 2.1 Preparar documentos y promover la generación de comités público y/o privado para la ejecución de plan estratégico, marketing y comunicación	19
UNIDAD 2.2 Licitación actividades derivadas de los planes de desarrollo turístico del territorio o ámbito de acción	21
UNIDAD 2.3 Monitorear y evaluar planes	23
MÓDULO 3: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADAS	
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	24
UNIDAD 3.1 Identificar actores y actividades asociados al desarrollo del turismo	25
UNIDAD 3.2 Generar y formalizar acciones de integración público y/o privado	27

INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES

Las competencias laborales pueden ser definidas como un conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten un desempeño satisfactorio en situaciones reales de trabajo, de acuerdo a los estándares levantados y validados por una organización. De esta manera, en el concepto de competencia se integra el conocimiento y la acción.

Las organizaciones exitosas hoy en día reconocen que invertir en el desarrollo de las personas resulta clave para el logro de sus objetivos estratégicos. Al identificar las competencias técnicas y conductuales de diferentes cargos, se asegura información suficiente y objetiva acerca de los saberes vinculados con el desempeño que deben desarrollar los/as colaboradores/as, siendo factible por ende incrementar la productividad y competitividad general. Por su parte, para los/as trabajadores/as este sistema supone un medio validado que les permite asumir una responsabilidad personal para aprender ante situaciones no previstas y desarrollar actitudes que complementan su desempeño técnico, demostrando los conocimientos y experiencias adquiridos a lo largo de su trayectoria laboral, lo que incrementa su empleabilidad y movilidad laboral. En este contexto, la **formación modular basada en competencias** o **formación por competencias** es una metodología flexible que responde al escenario actual, en el que los/as trabajadores/as deben tener la capacidad de prever o resolver los problemas que se les presentan, proponer mejoras para resolverlos y prevenir situaciones análogas, tomar decisiones y estar involucrados/as en mayor o menor grado en la planificación, control y auto-evaluación de sus actividades laborales.

Dentro de los modelos pedagógicos más recientes, se plantea que, para mejorar la pertinencia y relevancia de la capacitación por competencias es necesario enfatizar el aprendizaje y no el puesto y orientarse hacia la búsqueda de aprendizajes más significativos, es decir, del aprender haciendo. En definitiva, se pretende reconocer la práctica como recurso para consolidar lo que sabe, poner en acción lo que sabe y desarrollar capacidades para aprender más.



ORIENTACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

Un módulo, a diferencia de una forma de organización curricular tradicional, propone un recorrido, un guión, un argumento a desarrollar configurado por las problemáticas del campo profesional que se van trabajando y en torno a las cuales se articulan los contenidos.

Cada unidad de competencia expresa funciones que tiene a su cargo el/la trabajador/a, o la función en la cual participa con un protagonismo significativo. La unidad de competencia representa el conjunto de los desempeños que involucran a un/a trabajador/a para alcanzar determinados resultados productivos. A fin de concretar este conjunto de desempeños y de resolver los problemas productivos que se le presentan, el/la trabajador/a moviliza e integra saberes, técnicas, conocimientos, esquemas de acción y valores para dar respuesta exitosa a la demanda. En el momento de diseñar la estructura de un currículum, el módulo como unidad de enseñanza tendrá en cuenta la formación de una, o de varias capacidades que den soporte al desarrollo de las competencias que se requieren para desempeñar la función productiva que se expresa en la unidad de competencia. Por esta razón, la estructura curricular no establece una correspondencia unívoca entre los módulos formativos y las unidades de competencia. Para formar a un/a trabajador/a en las competencias que requiere una unidad de competencia, la propuesta pedagógica ofrece más de un módulos formativos.

Las organizaciones están adoptando la formación modular como una estrategia de desarrollo de las personas, donde la inversión en capacitación apunta preferencialmente a cerrar brechas de competencia y no a la ejecución de acciones aisladas de capacitación. En síntesis el diseño curricular basado en competencias tiene las siguientes características:

1. Las capacidades que constituyen los objetivos generales del diseño curricular, son inferidas a partir de los elementos de competencia.
2. Adopta una estructura modular.
3. Desarrolla un enfoque integrador respecto de todas sus dimensiones.
4. Tiende a la integración de capacidades, de contenidos, de teoría y de práctica, de actividades y de evaluación.
5. Los criterios para la aprobación de los distintos módulos se basan en los criterios de evaluación establecidos en el estándar de competencia.
6. Adopta para su desarrollo un enfoque de enseñanza-aprendizaje significativo.

DEFINICIÓN DE PERFILES

PERFIL DEL PARTICIPANTE

El participante, deberá ser principalmente proactivo y ágil ya que está directamente relacionado a la capacidad de responder de manera eficiente y eficaz a contingencias derivadas de la planificación y ejecución de acciones para impulsar el desarrollo del área o territorio en el cual se desempeñará. Experiencia empírica y demostrable en el trabajo con entidades públicas y/o privado son primordiales a la hora de pensar desempeñarse en ésta área para coordinar eficiente y eficazmente las necesidades u oportunidades a abordar en el área que se desempeñará.

Conocimientos de turismo, planificación, organización, marketing y comunicación son algunos de los elementos claves que debe manejar el participante para formarse como gestor público de turismo.

PERFIL OCUPACIONAL

El Gestor Público de Turismo se desempeña en entidades públicas, privadas y público-privadas. Este, cumplirá responsabilidades que incluyen: planificación, ejecución, organización, control y seguimiento de acciones que se definen bajo una perspectiva integral, o sea, necesidades de la comunidad para gestionar en y con instituciones públicas y/o privadas. Su trabajo es generalmente en terreno donde interactúa con la comunidad del área o territorio donde se desenvuelve.

PERFIL DEL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

El instructor y/o tutor que imparta el módulo deberá manejar temas relacionados con el área turística, planificación, administración, técnicas de control y seguimiento, gestión, negociación, conocimiento de Chile y sus contingencias y a su vez manejar técnicas de negociación, liderazgo y comunicación oral y escrito. Es importante señalar que el instructor debe manejar como mínimo un segundo idioma (de preferencia inglés), herramientas computacionales y tener experiencia en gestión pública de turismo.



DESARROLLO DEL PERFIL

REQUISITOS DE ENTRADA	Debe manejar conocimientos turísticos, de planificación, organización, control y seguimiento, marketing y comunicación y poseer habilidades de liderazgo, empatía y comunicación con una clara visión integral para la ejecución de las acciones y generación de redes. Además, debe dominar un segundo idioma, de preferencia inglés.
APRENDIZAJE ESPERADO DE LOS MÓDULOS	Se espera que el participante desarrolle en su totalidad los módulos que constituyen el perfil de Gestor Público de Turismo logrando los siguientes aspectos: 1. Adquiera los conocimientos especificados en cada una de las unidades de los módulos en base de las horas teóricas. 2. Ponga en práctica los conocimientos ya adquiridos, en base a las horas prácticas de los módulos. Esto se traduce en destrezas, pericias, talento, aptitudes, maestría, etc. 3. Logre desempeñarse como gestor público de negocios de en base a las horas teóricas y prácticas ya realizadas.
MATERIALES A DISPOSICIÓN DEL PARTICIPANTE	Se deberá disponer para el participante, salas en donde se desarrollen los talleres presenciales. A su vez se trabajará las horas prácticas en terreno y en su puesto de trabajo.
ESTRATEGIA FORMATIVA	Los Módulos formativos asociados al perfil se llevarán a cabo por medio de talleres presenciales, los cuales incluirán horas teóricas y prácticas que se especifican en el desarrollo de cada módulo, conjunto con las actividades asociadas.
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Se basarán en la adquisición de evidencias físicas y observables que el participante generara una vez desarrollado cada una de las unidades de los módulos, en su modalidad de talleres prácticos, involucrados en el perfil.
REQUISITOS DE EGRESO	Aprobación de cada uno de los contenidos por unidad de los módulos, basándose en los criterios de evaluación establecidos para el desarrollo de los módulos y las metodologías de cada una de las actividades desarrolladas.

MODULO 1: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO

Proporcionar la información necesaria para que los participantes del módulo adquieran los conocimientos y herramientas básicas para formarse como Gestor Público de Turismo y que éstos puedan aplicarse de una manera integral (público y/o privado) en la ejecución de todas las funciones que desempeña éste perfil.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 1: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

I.1 Diagnosticar el territorio o área de acción para diseñar plan estratégico de desarrollo del turismo.	Aprendizaje esperado de la unidad	I.2 Diseñar plan estratégico del territorio o ámbito de acción	Aprendizaje esperado de la unidad	I.3 Diseñar plan de marketing y comunicación	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Investigar el mercado del territorio o área de acción identificando brechas de competitividad (infraestructura, capacitación, tecnología, entre otros), marco regulatorio, para el desarrollo de plan y programas enfocados en las oportunidades de desarrollo de turismo a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>B. Identificar lineamientos estratégicos para el desarrollo del plan en conjunto, o según lo determine la organización, de los actores públicos y/o privados y organismos vinculados al territorio o ámbito de acción.</p> <p>C. Identificar o fortalecer actores públicos y/o privados para el desarrollo, implementación y control del plan, cuando corresponda.</p> <p>D. Generar instancias de trabajo público y/o privado según lo determine la organización para generar y validar los lineamientos estratégicos de desarrollo del plan estratégico.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad sea capaz de seguir todos las vías necesarias para dirigir y/o generar un diagnóstico del territorio o área de acción identificando oportunidades y actores involucrados (públicos y privados) para posteriormente desarrollar un plan estratégico de acuerdo a los lineamientos determinados por ésta misma acción.</p>	<p>A. Diseñar Plan estratégico de desarrollo territorial o ámbito de acción.</p> <p>B. Diseñar un plan de control y seguimiento del plan estratégico.</p> <p>C. Generar plan de financiamiento de las actividades derivadas del plan.</p> <p>D. Gestionar acciones e instancias de integración de los actores involucrados tanto públicos como privados (según sea el caso) en el diseño del plan y herramientas de seguimiento y control del mismo</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad sea capaz de dirigir y/o diseñar plan estratégico integrando presupuesto, desarrollo de indicadores de resultado y sus respectivas herramientas de control y seguimiento. Además, será capaz de desarrollar dinámicas de trabajo en grupo para generar plan y programas de acuerdo a las necesidades reales y a la oferta factible de desarrollar.</p>	<p>A. Gestionar la generación de un plan de marketing y comunicación del plan estratégico.</p> <p>B. Gestionar el desarrollo de un plan de medios según el público objetivo del territorio o ámbito de acción.</p> <p>C. Generar plan de financiamiento del plan de marketing y comunicación.</p> <p>D. Presentar, trabajar y validar el plan de marketing y comunicación a los actores pertinentes.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad, maneje en su totalidad las técnicas de dirección del plan de marketing y comunicación con su respectivo plan de financiamiento. Así mismo, será capaz de comunicar de manera clara y estratégica a los actores involucrados.</p>
DURACION TOTAL: 42 horas pedagógicas					

HORAS TEÓRICAS	6
HORAS PRÁCTICAS	8

HORAS TEÓRICAS	6
HORAS PRÁCTICAS	8

HORAS TEÓRICAS	6
HORAS PRÁCTICAS	8

MODULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD I.1
DIAGNOSTICAR EL TERRITORIO O ÁREA DE ACCIÓN PARA DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO
DESARROLLO DEL TURISMO.

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. INVESTIGAR EL MERCADO DEL TERRITORIO O ÁREA DE ACCIÓN IDENTIFICANDO BRECHAS DE COMPETITIVIDAD (INFRAESTRUCTURA, CAPACITACIÓN, TECNOLOGÍA, ENTRE OTROS), MARCO REGULATORIO, PARA EL DESARROLLO DE PLAN Y PROGRAMAS ENFOCADOS EN LAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO DE TURISMO A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá tener conocimientos de investigación de mercado e identificar brechas de competitividad del área o territorio en el cual se desempeña.	I.A Solicitar la identificación de brechas de competitividad de acuerdo a la realidad del área o territorio que se desempeña.	<i>Generar términos de referencia que contengan: definición de objetivo general y específico, descripción de metodología, descripción de productos requeridos (por ejemplo: fichas de levantamiento de brechas de infraestructura que incluya evidencia fotográfica, financiamiento entre otros para realizar un estudio denominado identificación de necesidades de infraestructura para el desarrollo del turismo en el área o territorio que se desenvuelve.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física proporcionada por el documento generado por el participante el cual deberá contar con lo mínimo sugerido por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá proporcionar las herramientas y técnicas básicas necesarias para realizar investigación de mercado, análisis de oportunidades y dirección de propuestas. Es importante que el instructor y/o tutor muestre la importancia de realizar esta actividad desde la detección de las oportunidades del área o territorio para así, generar con éxito un plan estratégico.

MÓDULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD I.1

DIAGNOSTICAR EL TERRITORIO O ÁREA DE ACCIÓN PARA DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
B. IDENTIFICAR LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL PLAN EN CONJUNTO, O SEGÚN LO DETERMINE LA ORGANIZACIÓN, DE LOS ACTORES PÚBLICOS Y/O PRIVADOS Y ORGANISMOS VINCULADOS AL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de identificar lineamientos estratégicos detectados complementariamente desde lo aprendido en el contenido anterior y/o con los actores asociados al territorio o ámbito de acción.	I.B. Diseñar un formato de matriz de lineamientos estratégicos base para generar programas y proyectos para el territorio o ámbito de acción.	<i>Generar el formato de la matriz que contenga como mínimo: sectorialización geográfica del territorio o ámbito de acción, lineamientos por área de oportunidad, fuentes de financiamiento, monto necesario para financiar el programa o proyecto que se identifique durante la planificación estratégica participativa (público y/o privado).</i>	Se evaluará con la evidencia física del material que realice el participante según lo sugerido por la actividad señalada.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá ser capaz de entregar herramientas y técnicas necesarias para generar lineamientos estratégicos necesarios para generar plan estratégico.
C. IDENTIFICAR O FORTALECER ACTORES PÚBLICOS Y/O PRIVADOS PARA EL DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL DEL PLAN, CUANDO CORRESPONDA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de identificar o fortalecer actores públicos y/o privados para integrarlos en toda la cadena de ejecución del plan estratégico.	I.C. Identificar o fortalecer actores públicos y/o privados para integrarlos activamente y con funciones específicas en la ejecución del plan estratégico del territorio o ámbito de acción.	<i>Generar mesas de trabajo público y/o privado para definir como mínimo funciones tales como: evaluación de propuestas, evaluación y seguimiento de las actividades determinadas en el plan en la ejecución del plan.</i>	Se evaluará con la evidencia física de los registros de asistencia, minutas de reunión donde se registren los acuerdos generados (funciones, responsables, fechas, lugar donde se realizó la actividad, entre otras) con sus respectivas firmas y evidencia audiovisual donde se graba todo lo acordado.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá ser capaz de enseñar al participante, técnicas de identificación y fortalecimiento de actores involucrados en la ejecución del plan, de manera tal de transmitir la importancia de la gestión participativa en un territorio o ámbito de acción. Además el instructor deberá enseñar técnicas de mediación y capacidad de síntesis para coordinar grupos de personas.

MÓDULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD I.1
DIAGNOSTICAR EL TERRITORIO O ÁREA DE ACCIÓN PARA DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO
DE DESARROLLO DEL TURISMO

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
D. GENERAR INSTANCIAS DE TRABAJO PÚBLICO Y/O PRIVADO SEGÚN LO DETERMINE LA ORGANIZACIÓN PARA DESARROLLAR Y VALIDAR LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de aplicar técnicas de generación de instancias de trabajo para desarrollar y validar lineamientos estratégicos para el desarrollo del plan.	I.D Generar instancias de trabajo con actores públicos y/o privados según sea el caso.	<i>Coordinar un work shop con entidades público y/o privado para desarrollar de manera participativa los lineamientos necesarios para sustentar la necesidad de realizar acciones asociadas a la reducción de brechas de competitividad. Un ejemplo concreto es el fondo de reducción de subvención de infraestructura turística para mejorar la competitividad.</i>	Se evaluará con evidencias físicas de registros de asistencia, minutas de reunión con las respectivas firmas de los actores asistentes y evidencia audiovisual donde se registra todo lo acordado según la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá ser capaz de enseñar al participante, técnicas de coordinación de trabajo grupal, además, debe tener conocimientos en manejo de grupo, liderazgo, mediación y capacidad de síntesis.

MÓDULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD 1.2
DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONE PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TERRITORIAL O ÁMBITO DE ACCIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá manejar técnicas de diseño de plan estratégico, particularmente de desarrollo territorial.	I.A Diseñar plan estratégico de desarrollo territorial o ámbito de acción.	<i>Realizar plan estratégico de un territorio específico basado en lineamientos estratégicos definidos con actores públicos y privados del sector y acordando las acciones necesarias para impulsar el territorio como destino turístico de contra estación. Este plan debe contemplar: misión, visión, objetivos, plan de acciones y servicios públicos dispuestos a ejecutar los fondos disponibles para el territorio o ámbito de acción.</i>	Se evaluará, mediante la evidencia física de un documento donde se plasme el plan estratégico del territorio y además acuerdos tomados por los actores públicos y/o privados en torno a la definición de las actividades que conforman el plan. Otra manera de evaluar es de manera directa o sea en terreno mirando la dinámica de planificación estratégica.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes sobre como diseñar plan estratégico especialmente de desarrollo territorial y además enseñar técnicas de planificación participativa integrando por conocimientos de manejo de grupo, liderazgo, mediación y capacidad de síntesis.
B. DISEÑAR PLAN DE CONTROL Y SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO.	Una vez desarrollado el contenido, los participantes deberán ser capaces de diseñar un plan de control y seguimiento del plan estratégico	I.B Diseñar plan de control y seguimiento del plan estratégico territorial o ámbito de acción, que contenga como mínimo, la generación de herramientas (con indicadores de gestión y resultado) de las actividades determinadas en el plan estratégico con sus respectivos responsables, recursos y tiempos.	<i>Realizar reuniones sistemáticas con consultora que desarrolla un proyecto específico, en ésta, se presenta carta Gantt, con su respectivo check list para realizar seguimiento y control de los grados de avance de lo solicitado.</i>	Se realizará mediante la entrega de una evidencia física la cual contiene informe de avance de la consultora, actas de reuniones con compromisos y check list donde se compara lo solicitado a la consultora v/s lo avanzado o logrado.	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar a los participantes cómo diseñar herramientas, criterios e indicadores para realizar control y seguimiento de las acciones definidas en el plan estratégico.

MÓDULO 1: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD 1.2
DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONE PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. GENERAR PLAN DE FINANCIAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DERIVADAS DEL PLAN.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante sea capaz de generar un plan de financiamiento de las actividades derivadas de la planificación estratégica.	I.C Generar un plan de financiamiento del plan estratégico identificando por lo menos las fuentes de financiamiento, adecuadas para cada plan, programa o actividad derivada del plan estratégico con su respectivo contacto del servicio público y/o privado capaz de financiar cada uno de los productos y servicios necesarios para desarrollar el territorio o ámbito de acción.	<i>Contactar a SERCOTEC en periodo de planificación y distribución de fondos para solicitar el financiamiento de un programa denominado "Fortalecimiento de la Infraestructura Turística para potenciar el destino turístico Litoral de los Poetas" para así introducir el monto en el Plan de financiamiento de la Estrategia del territorio o ámbito de acción.</i>	Se evaluará mediante una evidencia física donde el participante demuestre la gestión de fondos de financiamiento de una actividad específica, ésta puede consistir en una carta de compromiso de fondos para un programa, plan o actividad determinada dirigida a la entidad en la cual se desempeña y debidamente firmada por la autoridad correspondiente a la entidad que financiará la acción.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de diseño de plan de financiamiento con sus respectivas formas de gestionar y negociar fuentes de financiamiento (ya sean público o privadas)..
D. GESTIONAR ACCIONES E INSTANCIAS DE INTEGRACIÓN DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS TANTO PÚBLICOS COMO PRIVADOS (SEGÚN SEA EL CASO) EN EL DISEÑO DEL PLAN Y HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL MISMO	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de aplicar técnicas de manejo de grupo y moderación para desarrollar estrategia participativa, según sea el caso.	I.D Generar instancias de trabajo grupal para así desarrollar plan estratégico .	<i>Realizar mesas de trabajo para realizar plan estratégico de un territorio específico con actores involucrados ya sean públicos y/o privados asociados al territorio o ámbito de acción que se desenvuelve.</i>	Se evaluará con evidencias físicas de registros de asistencia, minutas de reunión con las respectivas firmas de los actores asistentes y compromisos gestionados durante el desarrollo de la misma. A su vez se podrá evaluar a través de evidencia audiovisual donde se registra todo lo acordado según la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de manejo de grupo, liderazgo, manejo de conflicto como una oportunidad, negociación y mediación con el objetivo de que el participante sea capaz de desarrollar un plan estratégico adecuado a la realidad que se desenvuelve.

MÓDULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD I.3
DISEÑAR PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. GESTIONAR LA GENERACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de realizar un plan de marketing y comunicación y además tendrá capacidades de coordinación y gestión de la misma.	I.A Generar bases técnicas y económicas para el diseño de plan de marketing y comunicación del plan estratégico.	<i>Realizar bases técnicas para el diseño de un plan de marketing y comunicación de un territorio específico, éste debe contener como mínimo con objetivos, resultados esperados, plazos de ejecución, monto, perfil del ejecutor, entre otros.</i>	Se evaluará la evidencia física desarrollada por el participante la cual contendrá las bases técnicas y económicas del concurso de licitación para ejecutar el Plan de marketing y comunicación.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar a los participantes técnicas de diseño de plan de marketing y comunicación. Además deberá instruir en diseño de bases técnicas y económicas de licitación.
B. GESTIONAR EL DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS SEGÚN EL PÚBLICO OBJETIVO DEL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de aplicar técnicas de diseño de plan de medios para coordinar la ejecución del mismo.	I.B Generar bases técnicas y económicas para el diseño de plan de medios del plan estratégico.	<i>Realizar bases técnicas para el diseño de un plan de marketing y comunicación de un territorio específico, éste debe contener como mínimo con objetivos, resultados esperados, plazos de ejecución, monto, perfil del ejecutor, entre otros.</i>	Se evaluará la evidencia física desarrollada por el participante la cual contendrá las bases técnicas y económicas del concurso de licitación para ejecutar el Plan de marketing y comunicación.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar a los participantes técnicas de diseño de plan de marketing y comunicación. Además deberá instruir en diseño de bases técnicas y económicas de licitación.

MÓDULO I: DISEÑAR PLAN ESTRATÉGICO DEL ÁREA O TERRITORIO DE ACCIÓN

UNIDAD 1.3
DISEÑAR PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. GENERAR PLAN DE FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de aplicar técnicas de desarrollo de plan de financiamiento el cual incluye gestión del mismo	I.C Desarrollar y gestionar plan de financiamiento del plan de marketing, comunicación y medios.	<i>Diseñar un plan de financiamiento de plan de medios para un territorio o ámbito de acción específico el cual por ejemplo se realiza un canje para publicar en un medio escrito la difusión de un evento.</i>	Se evaluará mediante la obtención de una evidencia física de la publicación del evento en el medio escrito tal como lo sugiere el ejemplo de la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar a los participantes técnicas de diseño y gestión de plan de financiamiento de plan de marketing, comunicación y medios.
D. PRESENTAR, TRABAJAR Y VALIDAR EL PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN A LOS ACTORES PERTINENTES.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de aplicar las técnicas de diseño de presentación y capaz de comunicación de manera clara el plan.	I.D Diseñar presentación y presentar ante los actores involucrados.	<i>Diseñar presentación para mostrar a los actores públicos y/o privados involucrados en el territorio el plan de marketing y comunicación para validar y retroalimentar la misma.</i>	Se evaluará mediante la obtención de minutas y actas con sus respectivos acuerdos y firmas donde se evidencia la presencia de los actores involucrados. Además, el participante deberá grabar (evidencia audiovisual), la reunión.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar al participante técnicas de diseño de presentación (power point) y comunicación oral.

MÓDULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar las herramientas necesarias para que el participante sea capaz de gestionar y coordinar la implementación del plan estratégico en el territorio o ámbito de acción que se desenvuelve el gestor público de turismo.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 2: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

2.1 Preparar documentos y promover la generación de comités público y/o privado para la ejecución de plan estratégico, marketing y comunicación	Aprendizaje esperado de la unidad	2.2 Licitar actividades derivadas de los planes de desarrollo turístico del territorio o ámbito de acción	Aprendizaje esperado de la unidad	2.3 Monitorear y evaluar planes	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Presentar planes a actores públicos y/o privados según corresponda con su respectiva Carta Gantt.</p> <p>B. Definir y coordinar equipos o comité de trabajo público y/o privado para el desarrollo de bases, términos de referencia, evaluación y seguimiento de los programas o acciones de los planes</p> <p>C. Genera Términos de Referencias y bases para las Licitaciones públicas y/o licitación directa con comité de trabajo determinada por la organización para el desarrollo de las actividades derivadas de los planes.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad maneje técnicas de presentación y coordinación de equipos de trabajo público y/o privado. Además, debe ser capaz de manejar el diseño de términos de referencia y bases para licitación.</p>	<p>A. Enviar bases de los programas y actividades del plan por el portal público y/o gestionar el traspaso de recursos directos según sea el caso.</p> <p>B. Recepcionar y realizar la apertura de propuestas técnicas y económicas en presencia de los actores definidos en las bases de licitación pública y/o privada.</p> <p>C. Evaluar propuestas técnicas y económicas con los actores definidos en bases y seleccionar según criterios.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad, sea capaz de gestionar la licitación - desde el envío hasta la evaluación y elección de la consultora.</p>	<p>A. Monitorear la ejecución del plan estratégico, marketing y comunicación.</p> <p>B. Desarrollar cambios derivados del monitoreo y seguimiento de los planes.</p> <p>C. Someter los cambios requeridos a consideración y aprobación a la autoridad o actores que correspondan.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad sea capaz de aplicar herramientas de monitoreo y evaluación de los planes y tener la capacidad de someter los resultados de ejecución del plan a retroalimentación.</p>
DURACION TOTAL: 36 horas pedagógicas					

HORAS TEÓRICAS	4
HORAS PRÁCTICAS	6

HORAS TEÓRICAS	8
HORAS PRÁCTICAS	8

HORAS TEÓRICAS	4
HORAS PRÁCTICAS	6

MODULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD 2.1

PREPARAR DOCUMENTOS Y PROMOVER LA GENERACIÓN DE COMITÉS PÚBLICO Y/O PRIVADO PARA LA EJECUCIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO, MARKETING Y COMUNICACIÓN

DURACIÓN:
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. PRESENTAR PLANES A ACTORES PÚBLICOS Y/O PRIVADOS SEGÚN CORRESPONDA CON SU RESPECTIVA CARTA GANTT.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de presentar de manera clara y precisa los planes a actores involucrados	I.A Diseñar y realizar la presentación a los actores involucrados.	<i>Diseñar presentación para mostrar a los actores públicos y/o privados involucrados en el territorio el plan para validar y retroalimentar la misma.</i>	Se evaluará mediante la obtención de minutas y actas con sus respectivos acuerdos y firmas donde se evidencia la presencia de los actores involucrados. Además, el participante deberá grabar (evidencia audiovisual), la reunión.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar al participante técnicas de diseño de presentación (power point) y comunicación oral.
B. DEFINIR Y COORDINAR EQUIPOS O COMITÉ DE TRABAJO PÚBLICO Y/O PRIVADO PARA EL DESARROLLO DE BASES, TÉRMINOS DE REFERENCIA, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PROGRAMAS O ACCIONES DE LOS PLANES	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de coordinar equipos de trabajo para generar acciones de integración público y/o privado en la ejecución de los planes.	I.B Identificar y coordinar equipos de trabajo público y/o privados para ejecutar programas, planes y actividades derivadas del desarrollo de los planes.	<i>Identificar y coordinar el desarrollo y ejecución de un programa dirigido a microempresarios del sector de turismo rural entre INDAP y SERCOTEC.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física el cual contendrá minutas y actas con sus respectivos acuerdos y firmas donde se evidencia los compromisos determinados de la ejecución en conjunto de programa definido en el ejemplo. Además el participante deberá entregar bases e informe de la ejecución del programa específico.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de coordinación de ejecución de proyectos.

>> GESTOR PÚBLICO DE TURISMO/ Módulos Formativos

MODULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD 2.1

PREPARAR DOCUMENTOS Y PROMOVER LA GENERACIÓN DE COMITÉS PÚBLICO Y/O PRIVADO PARA LA EJECUCIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO, MARKETING Y COMUNICACIÓN

DURACIÓN:
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. GENERA TÉRMINOS DE REFERENCIAS Y BASES PARA LAS LICITACIONES PÚBLICAS Y/O LICITACIÓN DIRECTA CON COMITÉ DE TRABAJO DETERMINADA POR LA ORGANIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DERIVADAS DE LOS PLANES.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante adquiera conocimientos en diseño de términos de referencia para licitaciones ya sean públicas o directas.	I.C Realizar bases técnicas y económicas de las actividades determinadas en el plan.	<i>Desarrollar las bases técnicas y económicas de licitación de proyecto “Fortalecimiento de infraestructura turística para fortalecer un destino turístico particular”: Esta bases deben contener a lo menos, objetivos, resultados esperados, plazos de ejecución, monto, perfil del ejecutor, entre otros.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física el cual contendrá las bases técnicas y económicas definidas en el ejemplo de ésta actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá ser capaz de enseñar técnicas de diseño de bases de licitación.

MODULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD 2.2

LICITAR ACTIVIDADES DERIVADAS DE LOS PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN

DURACIÓN:
16 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A ENVIAR BASES DE LOS PROGRAMAS Y ACTIVIDADES DEL PLAN POR EL PORTAL PÚBLICO Y/O GESTIONAR EL TRASPASO DE RECURSOS DIRECTOS SEGÚN SEA EL CASO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante estará capacitado para aplicar procedimientos de envío o levantamiento de bases de propuestas de licitación pública o asignación directa.	I.A Realizar publicación en portal público o envío de bases técnicas y económicas para licitar programas, proyectos y actividades del plan.	<i>Publicar en Chilecompra la licitación de un proyecto tal como "Diseño de Plan de Marketing y comunicación para el territorio Litoral de los Poetas"</i>	La actividad será evaluada mediante la entrega por parte del participante, de la ID de Licitación.	El instructor y/o tutor deberá enseñar a los participantes los procedimientos de publicación de licitaciones en portales públicos y las de licitación o asignación directa.
B. RECEPCIONAR Y REALIZAR LA APERTURA DE PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS EN PRESENCIA DE LOS ACTORES DEFINIDOS EN LAS BASES DE LICITACIÓN PÚBLICA Y/O PRIVADA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante tendrá las capacidades para desarrollar procedimientos necesarios para recepcionar propuestas	I.B Realizar la recepción de propuestas de licitación y generar los procedimientos de respaldo físico del acto.	<i>Recepcionar propuesta de licitación pública en la fecha y lugar estipulada en las bases y solicitar al proponente que firme un documento donde queda en evidencia que entregó la propuesta.</i>	La actividad será evaluada mediante la obtención de la evidencia física que se compone por un documento de recepción de propuesta según lo descrito en el ejemplo de la presente actividad.	

MODULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD 2.2

LICITAR ACTIVIDADES DERIVADAS DE LOS PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN

DURACIÓN:
16 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. EVALUAR PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS CON LOS ACTORES DEFINIDOS EN BASES Y SELECCIONAR SEGÚN CRITERIOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de evaluar las propuestas técnicas y económicas según lo solicitado en las bases anteriormente descritas.	I.C Evaluar propuestas técnicas y económicas según criterios definidos en las bases de licitación. Posterior a esto, se deberá seleccionar la propuesta que cumpla con el máximo de puntaje.	<i>Evaluar propuestas de licitación pública, bajo los criterios determinados por las bases. Para esto se seleccionará la empresa que cumpla por ejemplo con una vasta experiencia en diseño de plan de marketing y comunicación (40%), diseño de metodología (20%), propuesta económica (10%), experiencia del equipo profesional (30%).</i>	Se evaluará mediante entrega de evidencias físicas las cuales contemplan actas de cierre de licitación y selección de propuesta.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir al participante en técnicas de evaluación y selección de propuestas o licitaciones, ya sean públicas o directas según sea el caso.

MODULO II: GESTIONAR IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD 2.3
MONITOREAR Y EVALUAR PLANES

DURACIÓN:
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. MONITOREAR LA EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO, MARKETING Y COMUNICACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, los participantes sabrán aplicar técnicas de monitoreo de ejecución del plan de marketing y comunicación.	I.A Aplicar herramientas o técnicas de monitoreo de las actividades del plan de marketing y comunicación.	<i>Monitorear la empresa que ejecutará el plan de marketing a través de la generación de reuniones donde se solicita estado de avances.</i>	La actividad será evaluada mediante la obtención física de actas realizadas por el participante en las reuniones de seguimiento de la ejecución del plan de marketing y comunicación de un territorio específico.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a sus participantes en el diseño de herramientas y técnicas de monitoreo y control.
B. DESARROLLAR CAMBIOS DERIVADOS DEL MONITOREO Y SEGUIMIENTO DE LOS PLANES.	Una vez desarrollado el contenido, el participante sabrá cómo responder a contingencias de ejecución de	I.B Aplicar cambios durante la ejecución de proyectos o actividades del plan.	<i>Durante la ejecución del evento de difusión de un territorio, la empresa ejecutora olvida la contratación de traductores, para ello el gestor de realizar los contactos para que esta necesidad se desarrolle según las bases y productos solicitados a la consultora.</i>	Se evaluará a través de la observación directa del participante ante la problemática señalada en el ejemplo de la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes en técnicas de resolución de conflictos para aplicar en situaciones de ejecución de proyectos o actividades.
C. SOMETER LOS CAMBIOS REQUERIDOS A CONSIDERACIÓN Y APROBACIÓN A LA AUTORIDAD O ACTORES QUE CORRESPONDAN	Una vez desarrollado el contenido, el participante tendrá la capacidad de informar a los actores pertinentes de los cambios realizados en la ejecución del plan y en algunos casos lo someterá a evaluación.	I.C Someter a consideración cambios de la ejecución de las actividades del plan cuando corresponda o durante la ejecución de la misma.	<i>Durante la ejecución del plan, los actores involucrados identifican que deben ampliar los productos solicitados en el proyecto “diseño y producción de material gráfico de apoyo a la promoción del territorio”. Ante esto, el gestor debe presentar ésta necesidad a los actores relevantes y someterlo a evaluación.</i>	Se evaluará mediante la observación directa del ejemplo descrito en la presente actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes de técnicas de presentación y negociación para solicitar cambios durante la ejecución del plan.

MÓDULO III: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADOS

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar herramientas necesarias para identificar y generar acciones de integración de actores relevantes (público y/o privado) para ejecutar con éxito el plan estratégico de desarrollo territorial o del ámbito de acción.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 3: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADOS

3.1 Identificar actores y actividades asociados al desarrollo del turismo	Aprendizaje esperado de la unidad	3.2 Generar y formalizar acciones de integración público y/o privado	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Identificar y/o fortalecer la participación de actores públicos y/o privados en el desarrollo de las acciones determinadas por el empleador.</p> <p>B. Generar un plan de actividades de integración o participación público privado para el fortalecimiento de las acciones determinadas por la organización.</p> <p>C. Identificar actividades asociadas al ámbito de acciones determinadas por la entidad en pos al desarrollo del turismo en el territorio o ámbito de acción</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad identifique actores y actividades en pos del desarrollo del turismo en el territorio o ámbito de acción.</p>	<p>A. Implementar plan de actividades de integración y fortalecimiento de y para los actores asociados al territorio o ámbito de acción.</p> <p>B. Establecer acuerdos formales de integración público y/o privado según sea el caso.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad sea capaz de implementar actividades de integración y fortalecimiento de actores asociados al territorio o ámbito de acción y además ser capaz de establecer acuerdos formales de integración público y/o privado según sea el caso.</p>
DURACION TOTAL: 28 horas pedagógicas			
HORAS TEÓRICAS	6	HORAS TEÓRICAS	6
HORAS PRÁCTICAS	8	HORAS PRÁCTICAS	8

>> GESTOR PÚBLICO DE TURISMO/ Módulos Formativos

MODULO III: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADOS

UNIDAD 3.1 IDENTIFICAR ACTORES Y ACTIVIDADES ASOCIADOS AL DESARROLLO DEL TURISMO

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. IDENTIFICAR Y/O FORTALECER LA PARTICIPACIÓN DE ACTORES PÚBLICOS Y/O PRIVADOS EN EL DESARROLLO DE LAS ACCIONES DETERMINADAS POR EL EMPLEADOR.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá dominar técnicas de identificación y fortalecimiento de los actores involucrados en el desarrollo del territorio o ámbito de acción.	I.A Identificar y/o fortalecer la participación de actores, ya sean públicos y/o privados.	<i>Generar una actividad de coaching con actores que participen fuertemente en la ejecución del plan del territorio para así fortalecer el capital existente en la organización.</i>	Se evaluará mediante la observación directa del ejemplo de la presente actividad. Además el participante deberá entregar actas u otra evidencia física que respalde la fidelización de los actores posterior al desarrollo del coaching.	El instructor y/o tutor deberá enseñar técnicas de integración y fortalecimiento de participación. Para esto el instructor deberá enseñar además técnicas de negociación y liderazgo para que el participante logre el objetivo de esta actividad.
B. GENERAR UN PLAN DE ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN O PARTICIPACIÓN PÚBLICO PRIVADO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACCIONES DETERMINADAS POR LA ORGANIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de desarrollar un plan de actividades de integración de actores.	I.B Generar plan de actividades para la integración de actores ya sean público y/o privado según los requerimientos de la empresa en la cual se desempeña.	<i>Generar un plan de seminarios donde se señale la importancia de la integración de la comunidad en el desarrollo del turismo integrando además los beneficios de su participación.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física del documento que respalde la generación de los eventos y el programa donde se determina la fecha y lugar de desarrollo.	El instructor y/o tutor deberá instruir al participante en la generación de un plan de actividades enfocadas a la oportunidad de la participación activa de los actores involucrados.

>> GESTOR PÚBLICO DE TURISMO/ Módulos Formativos

MODULO III: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADOS

UNIDAD 3.1 IDENTIFICAR ACTORES Y ACTIVIDADES ASOCIADOS AL DESARROLLO DEL TURISMO

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. IDENTIFICAR ACTIVIDADES ASOCIADAS AL ÁMBITO DE ACCIONES DETERMINADAS POR LA ENTIDAD EN POS AL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante tendrá la capacidad de identificar actividades en la cual podrá generar lazos para la integración y participación de actores en el desarrollo del turismo del área donde se desempeña.	I.C Identificar actividades asociadas al ámbito que se desenvuelve.	<i>Identificar actividades asociadas al área de desempeño para asistir como expositor.</i>	Se evaluará mediante una evidencia virtual donde evidencie la invitación del participante a la actividad identificada.	El instructor y/o tutor del modulo deberá enseñar al participante a discriminar e identificar actividades en las cuales podrá asistir.

>> GESTOR PÚBLICO DE TURISMO/ Módulos Formativos

MODULO III: PROMOVER ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO PRIVADOS

UNIDAD 3.2

GENERAR Y FORMALIZAR ACCIONES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO Y/O PRIVADO

DURACIÓN:
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. IMPLEMENTAR PLAN DE ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE Y PARA LOS ACTORES ASOCIADOS AL TERRITORIO O ÁMBITO DE ACCIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante tendrá conocimientos de implementación y coordinación de actividades de integración y fortalecimiento de y para los actores involucrados en el área o territorio que se desempeña.	I.A Coordinar actividades de integración y fortalecimiento de actores públicos y/o privados según sea el caso.	<i>Coordinar una reunión en terreno con actores que desarrollan turismo rural con el fin de evaluar su situación y necesidades para fortalecer su actividad en pos del desarrollo turístico regional y nacional.</i>	Se evaluará, mediante la observación y grabación de la reunión que se sostenga. Además el participante deberá entregar evidencia física tales como: listado de participantes con sus respectivas firmas y acuerdos sostenidos en la misma.	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar al participante de técnicas de coordinación de actividades de integración y fortalecimiento de actores involucrados. Además deberá enseñar formas de contacto, mediación, manejo de grupo y liderazgo
B. ESTABLECER ACUERDOS FORMALES DE INTEGRACIÓN PÚBLICO Y/O PRIVADO SEGÚN SEA EL CASO.	Una vez desarrollado el contenido el participante tendrá los conocimientos necesarios para establecer acuerdos formales de integración público y/o privado	I.B Establecer acuerdos formales con actores públicos y/o privados.	<i>Generar acuerdos de trabajo en conjunto con Instituto que imparta la carrera de gastronomía para desarrollar programas de integración de profesionales en las empresas que conforman el territorio o ámbito de acción.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física del acuerdo tomado entre las partes.	El instructor y/o tutor del módulo deberá enseñar al participante técnicas de diseño de formatos para realizar acuerdos de integración o trabajo público y/o privado según sea el caso.