

005669



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

**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**

**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 de desarrollo en la actividad turística tanto a nivel privado como público.



## 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

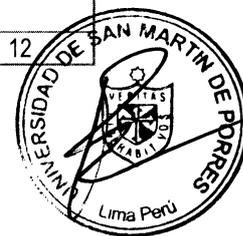
CICLO	ASIGNATURA	CÓDIGO (actual)	HORAS ACADÉMICAS		TOTAL HORAS LECTIVAS	CRÉDITOS
			Teóricas	Prácticas		
I	TEORÍA DEL TURISMO Y TIEMPO LIBRE	032339	24	48	72	3
I	FILOSOFÍA Y ÉTICA	032567	24	48	72	3
I	FUNDAMENTOS DE MARKETING	032329	24	48	72	3
I	SEMINARIO DE TESIS I	032476	24	48	72	3
<b>TOTAL</b>			<b>96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

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
<b>TOTAL</b>			<b>96</b>	<b>192</b>	<b>288</b>	<b>12</b>

TERCER SEMESTRE

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



005674

**CUARTO SEMESTRE**

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

