

INFORMACIÓN DEL MÓDULO

TURISMO GASTRONÓMICO



IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

NOMBRE DEL MÓDULO:

TURISMO GASTRONÓMICO

ÁREA:

Formación específica

PRERREQUISITOS:

Introducción al turismo y la gastronomía

COMPONENTE:

Turismo

NÚMERO DE CRÉDITOS:

4

CÓDIGO

M37916

TOTAL HORAS DE TRABAJO TUTORIAL:

(HTC) 64

TOTAL HORAS DE TRABAJO COLABORATIVO:

(HTC) 64

TOTAL HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE:

(HTC) 64

1

COMPETENCIA A DESARROLLAR

Los aprendizajes a lograr por unidad de formación son los siguientes:

ELEMENTOS DE COMPETENCIA

Los aprendizajes a lograr por unidad de formación son los siguientes:

- 1 Identificar la gastronomía como parte del patrimonio inmaterial y por ende de expresión de la cultura y de la identidad.
- 2 Incentivar la gastronomía en el desarrollo turístico desde el análisis de las políticas existentes en Colombia y las tendencias actuales del turismo gastronómico.
- 3 Identificar y aplicar diferentes técnicas de promoción de la gastronomía desde la perspectiva turística.
- 4 Establecer las bases para la planeación y operación de destinos turísticos gastronómicos.

2

PERFIL DE INGRESO PARA EL ESTUDIANTE

Habilidades de comprensión lectora y análisis situacional. Conceptualización turística y gastronómica.

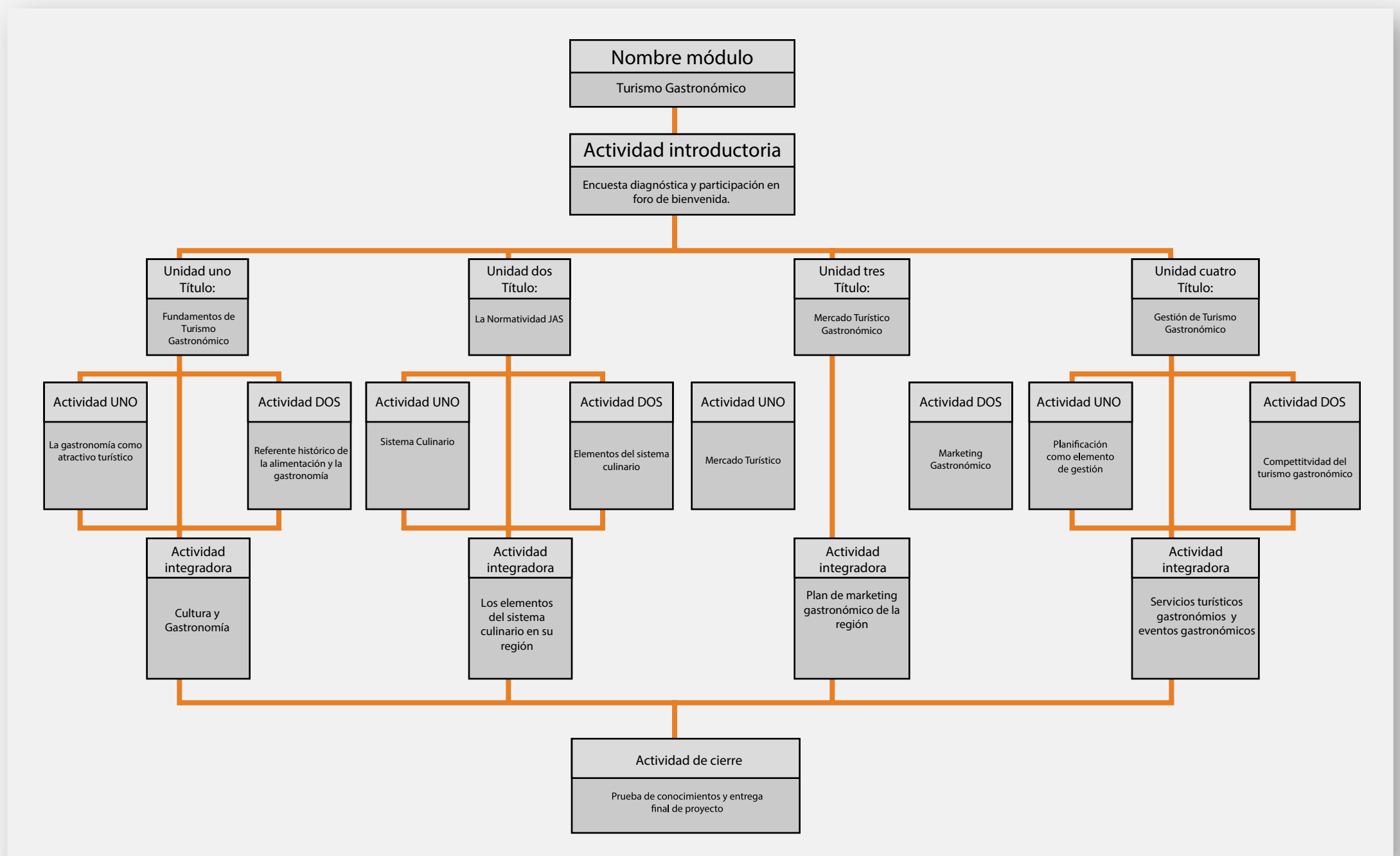
3

CONTENIDOS

UNIDAD	TEMA GENERAL	TEMA ESPECÍFICO
A	Fundamentos del Turismo Gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo y sus tipologías • Patrimonio, clasificación y entes relacionados. • Evolución de la alimentación
B	Desarrollo del Turismo Gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> • Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia. • Elementos del sistema culinario. • Elementos de la cocina tradicional.
C	Mercado Turístico Gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadeo turístico gastronómico • Marketing gastronómico • Promoción en turismo gastronómico
D	Gestión del Turismo Gastronómico	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación como elemento de gestión. • Competitividad del turismo gastronómico. • Servicios turísticos gastronómicos posicionados. • Eventos Gastronómicos

ESTRUCTURA DE MÓDULO

El siguiente gráfico muestra la estructura general del módulo de Fundamentos de redes de comunicaciones



CIBERGRAFIA

link 1

@

link 2

@

link 3

@

link 4

@

link 5

@

link 6

@

link 7

@

link 8

@

link 9

@

link 10

@



REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ángel, M. (2004). Marketing de Restaurantes Primera Edición.



Flavián Blanco, Carlos & Fandos Herrera, Carmina (2011). Turismo gastronómico: estrategias de marketing y experiencias de éxito. Editorial: Prensas de la Universidad de Zaragoza



Gularte, Hugo Celso (2009). Áreas gastronómicas: la gastronomía del siglo xxi: una visión técnica del nuevo escenario comercial. Editorial: Editorial Nobuko



Feijoó, José Luis (2009). Alimentos y bebidas: su gerenciamiento en hoteles y restaurantes. Editorial: Ugerman Editor



Medina, F. Xavier; Serrano, Damià & Tresserras, Jordi (2011). Turismo del vino: análisis de casos internacionales. Editorial: Editorial UOC



DESARROLLO VIRTUAL

Experto temático: Yency Marcela Velandia

Pedagogo: Gloria Acosta

Comunicador: Claudia Duarte

Diseñador: Walter Rodriguez

Desarrollador: Mauricio Bernal

Ha finalizado el documento Informativo de su módulo.

Por favor regrese a la plataforma y diríjase al Contenido.