



RESOLUCIÓN 53 DE 2018

(06 de noviembre)

Por la cual se aprueba el Proyecto Académico Educativo (PAE) del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico adscrito a la Facultad Seccional Duitama

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

En uso de sus atribuciones legales y en especial las conferidas por la Ley 30 de 1992 y el Artículo 24 del Acuerdo 066 de 2005 y

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con lo establecido en la Ley 30 de 1992, las instituciones de educación superior son autónomas para ejercer y desarrollar sus programas académicos, teniendo como objetivo prestar a la comunidad un servicio de alta calidad, como resultado de su formación.

Que el Decreto 1075 de 2015 del MEN reglamenta el Sector Educación en el país.

Que mediante el Decreto 1280 del 25 de julio de 2018 se reglamenta el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y los Artículos 53 y 54 de la Ley 30 de 1992 sobre acreditación, por lo que se subrogan los capítulos 2 y 7 del Título 3 de la Parte 5 del Libro 2 del Decreto 1075 de 2015- único Reglamentario del Sector Educación.

Que mediante Acuerdo 072 del 26 de septiembre de 2018, el Consejo Superior de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia aprobó la creación del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico.

Que el Artículo 6º del citado Acuerdo, establece que el Consejo Académico aprobará mediante Resolución, el Proyecto Académico Educativo, PAE, del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico.

Que el Consejo de Facultad Seccional Duitama, en sesión 02 del 01 de febrero de 2018, previa recomendación del Comité Curricular, recomendó el diseño, formulación y aprobación del Proyecto Académico Educativo del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico.

Que el Consejo Académico, en sesión 31 del 06 de noviembre de 2018, aprobó el diseño, formulación y aprobación del Proyecto Académico Educativo de la Maestría en Innovación y Marketing Turístico de la Seccional Duitama.

En mérito de lo expuesto, el Honorable Consejo Académico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia,



RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar el Proyecto Académico Educativo del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico adscrito a la Facultad de Seccional Duitama.

ARTÍCULO 2.- El Programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico se identifica por las siguientes características generales:

Nombre Programa:	Maestría en Innovación y Marketing Turístico
Facultad:	Duitama
Sede del programa	Seccional Duitama
Título que otorga:	Magíster en Innovación y Marketing Turístico
Modalidad:	Virtual
Énfasis:	N.A.
Norma Interna de creación:	Acuerdo 000 de 2018
Número de Créditos académicos:	50
Periodicidad de admisión:	Anual
Área de conocimiento principal	Economía, administración, contaduría y afines
Área de conocimiento secundaria	Administración
Campo amplio	Administración de Empresas y Derecho
Duración:	Cuatro (4) semestres
Valor de la matrícula:	Ocho (8) S.M.M.L.V
Número de estudiantes admitidos por cohorte	20

ARTÍCULO 3.- IDENTIDAD DEL PROGRAMA

Introducción

El turismo se ha convertido en uno de los sectores importantes del mundo en los últimos tiempos. El turismo ha evidenciado un crecimiento continuo y notable, con una tendencia a la diversificación, y con ello, a convertirse en uno de los sectores económicos más importantes, ha venido generando una tasa anual de 4% a 5% durante la segunda mitad del siglo XX e inicios del XXI. En 2015, la actividad turística ha devenido una de las principales fuentes de ingresos para muchas naciones en desarrollo. Aunque, ciertamente, este crecimiento se encuentra muy vinculado con un aumento de la diversificación y la competencia entre destinos.

Las cifras no mienten. Al cierre del año 2014, el turismo internacional generó 1,5 trillones de dólares en ingresos de exportación, y por esta razón, desde entonces, y hasta ese momento del 2015, los ingresos generados por actividades de turismo representan el 10%, del PIB mundial.



En el contexto global, el turismo resulta la quinta categoría en materia de exportación, ubicado detrás solo de los combustibles, productos químicos, alimentos y productos de automoción; pero como contraparte, ocupa el primer lugar en la mayoría de los países en vías de desarrollo.

En estos últimos años se está viviendo una época que pasará a la historia por ser un periodo en el que se están experimentando cambios sociales, económicos, ambientales en el mundo de la industria y la sociedad, debido a la rápida evolución e iniciativa del hombre por buscar y experimentar nuevas tendencias que contribuyan a la solución de problemáticas que se viven en diferentes contextos del mundo. Este periodo actual es sin duda un momento histórico tan importante o más que el vivido a finales del siglo XVIII con la revolución industrial, ya que las transformaciones dadas están cambiando los hábitos de vida, en todo el planeta. Estos cambios se han producido por la Investigación y la Innovación realizada a lo largo de los últimos años, pero que es ahora cuando más se están recogiendo los frutos de esta dinámica realizada a lo largo de la historia. (Moya, 2014).

El cambio de paradigma de innovación en todas las áreas o disciplinas científicas ha contribuido a mejorar la calidad de vida de millones de personas en el mundo. Sin embargo, la visión puramente tecnocéntrica de la innovación ha transformado la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos de formas que hoy resultan insostenibles. Adicionalmente, la escala y velocidad de los problemas que enfrenta el ser humano es superior a la de las soluciones que se generan. Por ello, se requiere de nuevas, mayores y mejores formas de dar solución a los problemas, se requiere hacer innovación económica o empresarial, social y ambiental, empresarial que sean principalmente sostenibles y que no impliquen gran cantidad de impactos negativos. (Acevedo, 2014).

El conocimiento, la competitividad, la innovación, y las relaciones entre diversos actores, son factores claves para lograr un desarrollo de los territorios y por ende, iniciativas que contribuyan al bienestar y calidad de vida de los seres humanos. Por lo anterior, es fundamental disponer de instituciones de educación y gobiernos que respondan a la necesidad de propiciar condiciones para la transformación productiva y para que emerja la creatividad, la innovación y el emprendimiento, pensando de acuerdo con los diferentes contextos en que habita una sociedad.

Antecedentes

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico surge del trabajo investigativo y académico de la Escuela de Administración Turística y Hotelera de la Facultad Seccional Duitama, que en el año 2012 presentó ante la Universidad la creación de la Especialización en Planificación del Turismo Sostenible encontrando su aprobación mediante Acuerdo 029 de 2012 y registro calificado 5343 del 10 de mayo de 2013.

Con el éxito alcanzado por la Especialización, la Universidad realiza la gestión para promover el fortalecimiento y posicionamiento del programa de pregrado y posgrado



en el contexto internacional, concretando en el año 2018 el Convenio específico de cooperación entre la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC– y la Universidad Católica San Antonio de Murcia –UCAM para el ofrecimiento del Programa de Maestría en la modalidad virtual.

Marco jurídico

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico estará adscrito a la Escuela de posgrados de la Facultad Seccional Duitama de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, regido dentro del marco jurídico definido por:

- La Ley 30 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior en Colombia.
- El Acuerdo 021 de 1993, por el cual se modifica y adopta el Estatuto del profesor Universitario de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- El Acuerdo 066 de 2005, por el cual se expide el Estatuto General de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- El Decreto 1075 del 2015, por medio del cual se expide el decreto único reglamentario del sector educación.
- El Acuerdo 031 de 2015, por el cual se aprueba el Plan Maestro de Desarrollo Institucional de la Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia 2015-2026.
- El Acuerdo 032 de 2015, por el cual se aprueba el Plan de Desarrollo Institucional de la Universidad Pedagógica y tecnológica de Colombia 2015-2018.
- El Acuerdo 070 de 2015, por el cual se expide el estatuto académico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- El Acuerdo 070 de 2016, por la cual se modifican y se derogan algunas disposiciones de los Acuerdos 012 de 1999 y 025 de 2012, se deroga el Acuerdo 010 de 2016 y se dictan otras disposiciones.
- El Acuerdo 001 de 2018, por el cual se modifica el Acuerdo N°.063 de 2016, el cual determina la Estructura Orgánica, para la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- El Acuerdo 019 de 2018, por el cual se modifica el Artículo 44, del Acuerdo N°. 052 de 2012 – Reglamento Estudiantil de Posgrados Uptc.
- El Acuerdo 041 de 2018, por el cual se modifica los Artículos 1, 2, 3 y 5 del Acuerdo 070 de 2016 y los Artículos 21 y 22 de del Acuerdo 025 de 2012.
- El Acuerdo 053 de 2018, por el cual se establece la política académica para la formación posgraduada de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Lineamientos estratégicos

La Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia define en su Plan de Desarrollo Institucional 2015-2018 estrategias para lograr la excelencia académica, el reconocimiento en los ámbitos nacional e internacional, mejoramiento de los procesos de enseñanza y aprendizaje, así como la oferta de los programas académicos que respondan a las tendencias contemporáneas de la educación superior en el mundo y a las particularidades propias regionales y nacionales.



Para esto, se adelantan acciones que promuevan la innovación pedagógica y aseguren la flexibilización curricular desde la diversidad social, regional y cultural de los estudiantes, con miras a la internacionalización. De igual manera, se desarrollan procesos de autoevaluación que permitan renovar la acreditación de alta calidad de los programas académicos, así como obtener dicha acreditación para programas de posgrado. (Cfr. Uptc Plan de Desarrollo Institucional, 2015:21).

Adicionalmente, el Plan de Desarrollo Institucional establece que la oferta académica se ampliará en todos los niveles y modalidades de formación, con programas que impulsen el avance social, económico, científico y tecnológico de la región. Esto con especial énfasis en maestrías y doctorados, que son fundamentales para consolidar las capacidades investigativas de la Institución. (Cfr. Uptc Plan de Desarrollo Institucional, 2015:22).

Integrado en el Plan de Desarrollo Institucional 2015-2018, aprobado mediante Acuerdo 032 de 2015, se presenta el lineamiento 2 Formación y Docencia, con el Programa 2.2. Evaluación y Fortalecimiento de Programas Académicos, teniendo en cuenta las apuestas regionales, nacionales e internacionales, donde propone alcanzar la cifra de diez (10) nuevos programas de maestría en la institución, al finalizar el cuatrienio.

La Uptc, Facultad Seccional Duitama, ofrece actualmente el programa de Especialización en Planificación del Turismo Sostenible, con Registro calificado según Resolución No 5343 del 10 de mayo de 2013.

Justificación del Programa

El Programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico busca fortalecer el turismo a través de una vocación y formación educativa, que fomente el sentido de pertenencia, la conservación del medio ambiente y la identificación de necesidades sociales, encadenando este sector como potencial de crecimiento personal y laboral, como eje del progreso y aporte a la economía en las regiones, teniendo en cuenta la innovación y el marketing que generan valor en el turismo.

Para cumplir con este objetivo, el programa se apoya en:

- La importancia de la innovación en el escenario turístico, que presenta el panorama actual del sector turístico y los retos a afrontar en un mercado global y competitivo, que resultan de las interacciones entre conocimiento, innovación y sostenibilidad, entendiendo las claves esenciales de la innovación turística, la gestión de la información, la gobernanza y el desarrollo tecnológico como medios para una gestión óptima del entorno.
- La gestión de la innovación en el sector turístico, para caracterizar la dinámica actual de una organización, en cuanto a los cambios a los que se ha visto sometida, que pueden convertirse en oportunidades o amenazas. Por tanto, se requiere entender la innovación y el desarrollo tecnológico como medios para una



gestión óptima del entorno, así como también, la relación del marketing turístico y el conocimiento de las herramientas metodológicas para desarrollar la innovación de manera práctica y eficiente. De igual forma, conocer las técnicas de visualización de un modelo de negocio, el mapa de procesos y la forma en que es posible innovar en los distintos procedimientos de una organización turística.

- Las tecnologías aplicadas al turismo, teniendo en cuenta los retos que enfrenta diariamente, sin contar con su crecimiento y las buenas expectativas que genera. Por ello, es imprescindible familiarizarse con los sistemas y las tecnologías que se aplican en el sector turístico, que permitan a las organizaciones identificar oportunidades de financiación, apoyo a iniciativas y aprovechamiento de políticas públicas en materia de marketing e innovación.
- La dirección del marketing y la creación de marcas en turismo, profundiza aspectos relacionados con la innovación, presentando atención especial al marketing de relaciones y los nuevos usos de las plataformas de comunicación integrada. Asimismo, la gestión de planes de marketing y las acciones de marcas (branding) aplicadas al sector turístico y a la promoción de destinos.
- El desarrollo de prácticas en empresas del sector turístico, ya sean de carácter público o privado, que permitirán a los estudiantes complementar su formación académica, mediante la aplicación de los conocimientos y competencias adquiridas, para obtener una visión del mundo empresarial a través del contacto y testimonio de profesionales del entorno, que proporcionen una realidad para su incorporación al mercado laboral.
- El trabajo de investigación en innovación y marketing turístico, como finalización de la maestría, que consiste en la aplicación de los conocimientos adquiridos en el área de estudio, basado en la resolución de problemas y la formulación de reflexiones sobre responsabilidades éticas y sociales que tienen lugar dentro del entorno turístico, integrando el conocimiento y la información.

Misión

El Programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico está orientado a la formación de profesionales creativos que aporten al desarrollo y crecimiento económico del turismo, a partir del impulso de la innovación en una nueva generación de organizaciones y destinos turísticos, apoyado por la formulación de estrategias de marketing acordes a las tendencias locales y globales de consumo del visitante y turista.

Visión

Los graduados del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico serán reconocidos en los contextos nacional e internacional, por su creatividad en el desarrollo de actividades de innovación y marketing, como un aporte al fortalecimiento de las capacidades tecnológicas en las organizaciones turísticas y en la gestión de destinos turísticos.

Desarrollo en los ámbitos local, nacional e internacional que influenciaron en la creación o modificación del mismo.



La complejidad del turismo conlleva a investigar y profundizar en temas relevantes de la actividad turística y constituye un compromiso por parte de los profesionales para pasar de la concepción que se tiene de lo pragmático a la cientificidad del turismo. Promover la investigación en turismo permite la introducción de nuevos conocimientos refutando, y consolidando los ya existentes, también logra el aumento de la cantidad y calidad de publicaciones especializadas en turismo, el crecimiento de la formación en turismo por ende, el número de escuelas y universidades, conformación de nuevos grupos y asociaciones de estudiosos y profesionales y lo más importante ayuda en la toma de decisiones del sector público y privado ya que de esto depende el desarrollo y proyección de la actividad turística. (Rejowski, 2009 p.2)

Conocer los antecedentes y tendencias de la Investigación en Turismo en las Instituciones de Educación Superior, en los países que más se han interesado en su estudio, donde las perspectivas y temáticas de estudio han privilegiado a lo largo de su historia y develar que tan lejos o que tan cerca estamos de un verdadero proceso de científicación del Turismo, permite develar el ascenso que esta – la investigación en turismo- ha tenido en las últimas décadas, existen varios autores que citan la incorporación por primera vez del Turismo en las universidades y el inicio de procesos investigativos entorno al mismo. En este sentido, desde México, Peñaloza y Tamayo (2005, p.4) afirman que el estudio del Turismo como tal se incorpora a las universidades como disciplina en la primera parte del siglo XX, en los años 20, en Italia y en los 30, en Alemania y Reino Unido. Años después se incorporan los estudios turísticos en los Estados Unidos y Canadá cuya orientación se centra en aspectos de gestión empresarial. Lo que ratifica que los inicios de la investigación en turismo giraron en torno a lo pragmático respondiendo a interés de ciertos intereses de lucro y rentabilidad.

Por su parte, Espinosa y Gómez (2007:8) desde México quienes citan a Braburn y Jafari que remontan “la Investigación en Turismo como fenómeno académico a tres décadas de vida, es decir, su origen se da en los años 70. Esto determina la limitada atención al estudio de las condiciones de surgimiento e implicaciones de la actividad turística”. En esta misma época surgen las instituciones de educación superior estadounidense, las principales revistas académicas y científicas, consideradas hoy en día como las publicaciones más rigurosas e influyentes en medio internacional: Journal of Travel Research y Annals of Travel Reseach, editadas por las prestigias universidades: Colorado y Wisconsin-Stout respectivamente. En los últimos años, nace también Journal of Travel & Turismo Marketing en la Universidad de Houston. Esta situación indica que Estados Unidos, señala Gómez (2007, p. 9), no sólo es una potencia turística en el contexto mundial, sino también es uno de los países que más ha avanzado en la generación y difusión del conocimiento turístico, desde la opinión de Peñaloza y Tamayo (2005, p. 3) “en la educación formal se destacan instituciones de enseñanza turística en países europeos como Francia, Suiza, Austria, España, Alemania y en América Latina, México”. Lo anterior refleja, de igual manera, que en que estos países deberían ser quienes más hayan trabajado en la investigación turística pues si su educación se destaca, le exige que sea así. De igual manera, deben ser quienes más contribuyan al proceso de científicación del turismo.



Finalmente, se evidencia que la investigación en turismo nunca ha sido originada por turistólogos, no nació de la actividad turística, la preocupación por su estudio y profundización ha venido desde otras disciplinas que se vieron involucradas con este fenómeno tal es el caso de geógrafos, ecologistas, mercadólogos, sociólogos y antropólogos.

El rezago científico que presenta el turismo en México, al igual que en Latinoamérica, se debe a la baja calidad de los programas educativos y a la mirada tan distorsionada que tienen las empresas, el gobierno y hasta la propia academia acerca de la ciencia. Se encuentra en una parálisis mental epistemológica que agobia al medio académico en este sentido instituciones oficiales han sido consecuentes con los intereses de los agentes económicos poderosos de la sociedad y por esta razón, el turismo continúa plagado de ineficiencias, de comportamiento depredador con el entorno natural, de conductas irrespetuosas con los recursos culturales, así como de patrones mercantiles de consumo que únicamente buscan el afán de lucro y de ganancia.

Pero ante tal panorama existen, de igual manera, cosas por rescatar y que varios autores consideran importantes para el desarrollo de una verdadera investigación científica del turismo, a continuación veremos la postura de varios de ellos.

Dado que el principal problema de la investigación en turismo radica en la calidad de formación en investigación de las universidades, Gómez (2008, p.5) expresa: "...la manera de elevar la calidad del conocimiento científico en el turismo es "un mayor nexo entre la ciencia y la educación superior en turismo, para no seguir proporcionando toda clase de explicaciones absurdas sobre este fenómeno social contemporáneo;" en este sentido la función de las universidades radica en "enseñar a pensar (y bien)" Gómez (2008, p. 5) y la mejor manera de hacerlo es trabajando en torno a la formación de estudiantes críticos, con argumentos, creativos, capacidad de análisis y de síntesis, observadores, ingeniosos e inteligentes, pero también gente humanística, esto es egresados con amplia conciencia social, sensibles al tema de la pobreza y de la desigualdad..."

Dado el carácter multidisciplinar del turismo como fenómeno, es importante y recomendable, según Rejowsky (2009, p. 11) que "sean estimulados contactos e intercambio de conocimientos y experiencias entre investigadores y empresarios turísticos, a través de eventos, convenios, asociaciones, grupos de estudio y redes de información"; de igual manera, es importante fomentar la creación de grupos interdisciplinarios que trabajen en torno al turismo para que de esta forma se pueda comprender el fenómeno del turismo de una manera mucho más global; al respecto Jafari (2005, p.3) plantea:

La necesidad de la formación de profesionales y empresarios del sector Turístico y Hotelero no se debe dejar de lado, los estudios de posgrado son un factor fundamental para contribuir a la Calidad de la actividad turística ya que su principal tarea consiste en unir y armonizar ambas cosas, el estudio y la aplicación", pero sin ver a la economía como punto de partida para la formulación de políticas y de toma



de decisiones y sin concebir el desarrollo como asunto de cifras sino como un mejoramiento permanente de la calidad de vida en los destinos turísticos para lograr a llegar ser competitivos.

ARTÍCULO 4.- PERTINENCIA Y PROPÓSITOS DEL PROGRAMA

Estudio de pertinencia

El principal objetivo de la Maestría en Innovación y Marketing Turístico es dar una formación avanzada de carácter especializado, que capacite al estudiante para la gestión de las áreas de innovación y marketing en las organizaciones turísticas. Todo ello surge como respuesta a un entorno turbulento, cambiante y globalizado, que demanda profesionales flexibles y con competencias para el desarrollo de un proyecto de naturaleza empresarial para el ámbito del turismo. La fuerte competitividad y el cambio continuo, y cada vez más rápido, de las condiciones de los mercados hace necesario para la supervivencia de todas las organizaciones públicas y privadas la integración en sus organizaciones de personas con perfil profesional flexible y con capacidad de innovación que les permita adelantar las necesidades de los consumidores.

Parte de esa innovación va encaminada al aprovechamiento de las nuevas tecnologías, que se han convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de productos y para su distribución y promoción. Desde hace ya muchos años, se considera el marketing como un enfoque integrado de las organizaciones que interviene en el proceso desde la creación del producto hasta su venta, es por ello que lo hemos integrado como parte fundamental de la Maestría. Así, se tiene estructurado la Maestría en Innovación y Marketing Turístico en tres áreas de conocimiento fundamentales: la gestión innovación, su aplicación a través de las tecnologías y el marketing como enfoque integrador de todo el proceso. Esta estructura se ha diseñado tomando como base el informe "skill for innovation and research" publicado por la OCDE en el año 2011. En dicho informe se establecen las capacidades necesarias para las distintas etapas del proceso de innovación.

Propósitos de Formación

Los propósitos de formación del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico se desarrollan desde los propósitos científicos, técnicos y formativos.

- Propósito Científico

Preparar un profesional con capacidad crítica e investigativa en las diferentes áreas de su saber, en búsqueda de respuestas efectivas que den solución pertinente a los diferentes fenómenos y problemáticas a los que se enfrente.



- Propósito Técnico

Desarrollar en el Magíster las competencias necesarias con capacidad de aplicar el pensamiento estratégico, prospectivo y las herramientas avanzadas de investigación e innovación en marketing turístico a los requerimientos del entorno turístico, social y empresarial en un contexto global competitivo

- Propósito Formativo

Formar un Magister en Innovación y Marketing Turístico, íntegro con un amplio sentido de responsabilidad ética y eficiencia de los recursos.

Objetivos General

Formar profesionales creativos, capaces de asumir los retos de los destinos turísticos y de las nuevas generaciones de organizaciones del turismo, con un enfoque hacia la innovación, el desarrollo tecnológico y la implementación de estrategias de marketing turístico.

Objetivos Específicos

- Identificar las tendencias investigativas del marketing turístico y propender por la formulación e implementación de proyectos acordes a ellas.
- Incorporar los sistemas y tecnologías informáticas avanzadas para el marketing de organizaciones del turismo y de los destinos turísticos.
- Involucrar un diseño curricular que promueva la multidisciplinariedad en la formación turística posgradual.
- Tener en cuenta las necesidades de innovación, como factor de producción y desarrollo de las organizaciones del turismo y de los destinos turísticos.
- Conocer las nuevas tendencias de consumo en las diferentes tipologías del turismo mundial.

Competencias profesionales

- Formular e implementar propuestas de desarrollo, a partir del diseño de nuevos y diversos productos turísticos.
- Comprender la cultura innovadora de los destinos turísticos y de sus organizaciones.
- Diseñar productos turísticos novedosos, a partir del uso de técnicas y mecanismos avanzados en la dirección estratégica de las organizaciones.
- Apoyar la gestión del turismo, a partir del uso de las nuevas tendencias digitales del marketing.
- Aplicar las estrategias de comunicación para el correcto desarrollo de la imagen de una organización turística.
- Desarrollar estrategias de marketing territorial para el posicionamiento de un destino turístico y la definición de su marca.
- Formular estrategias para la comercialización de productos turísticos.



Competencias investigativas

- Identificar nuevas tendencias investigativas del marketing turístico en escenarios turísticos reales.
- Desarrollar las actividades de innovación y marketing bajo criterios sostenibles sustentados en procesos de investigación.
- Buscar, seleccionar y gestionar información de forma autónoma de bases de datos, bibliografías, revistas especializadas.
- Aplicar las etapas del proceso de investigación científica para estudiar y dar solución a un problema relacionado con el turismo, como investigador principal.

Perfil del aspirante

La Maestría en Innovación y Marketing Turístico, como programa interdisciplinar, se ofrece a profesionales en áreas como las ciencias económicas, administrativas y contables, ingeniería, arquitectura y urbanismo, entre otras, que cuenten con disponibilidad para asumir responsablemente las actividades de formación, acorde con la temática de turismo.

Perfil profesional

El graduado del programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico, será creativo, visionario e innovador; capaz de identificar potencialidades y dinámicas en los destinos turísticos y necesidades y problemáticas en organizaciones del turismo, para la formulación e implementación de estrategias de marketing hacia el posicionamiento en mercados nacionales e internacionales, apoyado en el uso de tecnologías y sistemas de información.

Perfil ocupacional

El Magíster en Innovación y Marketing Turístico está en capacidad de desempeñarse como:

- Investigador de mercados turísticos en tipologías tradicionales como alternativas.
- Directivo en el campo estratégico de la organización en área del marketing y la innovación y el desarrollo, para el diseño, lanzamiento y comercialización de servicios turísticos.
- Asesor en la definición de marcas en destinos turísticos nacionales e internacionales
- Asesor en la identificación de tendencias de consumo de turistas y visitantes.
- Asesor en la formulación de planes de mercadeo y diseño de producto turístico para destinos turísticos y organizaciones del turismo.



Articulación de los objetivos, misión y visión del programa en coherencia con la misión y visión institucional.

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico guarda coherencia con la misión y visión de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, en especial, aportando a los procesos de internacionalización definidos por la Institución, además de promover el desarrollo social sustentable, cultural y económico del sector turístico regional y nacional.

ARTÍCULO 5.- ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIA CURRICULAR

Definición del Programa

La Maestría en Innovación y Marketing Turístico es un programa que se ofrece en convenio con la Universidad Católica San Antonio de Murcia UCAM de España, en la modalidad virtual y con carácter de profundización.

Modelo Pedagógico

El Modelo Pedagógico en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia es aprobado mediante Resolución 28 de 2018 del Consejo Académico para los programas de pregrado y posgrado de la Institución. Se entiende el Modelo Pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – “Edificamos Futuro”, como una construcción colectiva, para acercarse racionalmente a la transformación del conocimiento y explicar las relaciones entre el docente, el estudiante, la pedagogía, el currículo y la didáctica. El Modelo Pedagógico posibilita el análisis, valoración y reconstrucción de la práctica investigativa y disciplinar del docente y el estudiante, como cimiento de la formación de los profesionales Upetecistas. De conformidad con esta expectativa, se espera, que los atributos de este profesional exalten su liderazgo y expresiones éticas, siempre mediados por principios y valores que contribuyan en su desarrollo idóneo; identificado con el contexto histórico, social, multicultural, con responsabilidad social y ambiental. (Cfr. Uptc Modelo pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - “Edificamos Futuro, 2018:8).

Además, el anexo de la Resolución 28 de 2010 define que el Modelo Pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – “Edificamos Futuro”, se gestan, proyectan y nutren diversas construcciones teórico conceptuales para visibilizar y materializar las prácticas pedagógicas y docentes, con el ánimo de establecer un horizonte pedagógico institucional que caracterice los procesos formativos y las dinámicas que ocurren en las alianzas universitarias con el entorno y sus desarrollos sociales y culturales. Además, el Modelo Pedagógico se fundamenta en desarrollos epistemológicos, antropológicos, sociológicos, filosóficos, éticos, psicológicos, pedagógicos y didácticos, entre otros, con los que se afronta una reflexión permanente sobre la naturaleza del proceso de aprendizaje, como obra de la concepción de ser humano y de sociedad y las necesidades de formación. De allí



derivan los diferentes métodos de enseñanza, los contenidos, su organización, las técnicas, los materiales, la evaluación y la relación entre los distintos actores.

En virtud de ello, el Modelo Pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - "Edificamos Futuro" pretende destacar un enfoque pedagógico de acuerdo con un proceso formativo incluyente, construido desde la singularidad histórica de la cultura política, con responsabilidad social, sustentado en el principio de la integralidad y ética del ser humano. La pretensión: enriquecer permanentemente el Modelo Pedagógico Institucional, de tal manera que corresponda con las demandas de las personas y la sociedad y sus condiciones sociales y culturales del momento. Precisamente, la Uptc favorece la reflexión crítica, la creación, el pensamiento transformador, el cambio y la innovación; piensa en el registro de utopías y proyectos de acción sobre la educación y lo educativo.

El Modelo Pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – "Edificamos Futuro" genera un currículo abierto, incluyente y flexible, para formar integralmente al estudiante y así cumplir con la función social que lo sustenta. De esta manera, la planeación, organización y desarrollo de los Proyectos Académicos Educativos (PAE) de los programas debe estar articulado con las actuales políticas educativas y los criterios pedagógicos que se definen a través de los principios del Modelo Pedagógico, los cuales se abordan teniendo en cuenta las experiencias que aseguran la proximidad y entendimiento de las diversas realidades contextuales regionales, nacionales e internacionales para generar el estudio de diversas situaciones y necesidades del entorno, mediante indagaciones y exploraciones en busca de propuestas a soluciones alternativas. (Cfr. Uptc Modelo pedagógico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - "Edificamos Futuro, 2018:9).

En este sentido, el documento cita que el Modelo Pedagógico considera al docente universitario como un intelectual que promueve procesos de mediación pedagógica, investigación e innovación en su campo de estudio; participa activamente en el contexto institucional y social. Procura el avance científico de su área de conocimiento a través de la investigación que le permite la producción de conocimiento y su uso en las actividades académicas. De igual forma, asume procesos de extensión y de proyección social, lo que le permite entrar en contacto con comunidades para relacionar los saberes de orden disciplinar mediante su aplicación práctica, en perspectiva de transformación social y calidad de vida, con justicia social y ambiental, e identidad hacia el contexto cultural, socio-político, económico, específico, con visión internacional.

Igualmente, en el Modelo Pedagógico, el Estudiante se reconoce como un sujeto activo en su proceso de formación profesional y personal; se caracteriza por ser autónomo, ético, con pensamiento crítico y deliberante, creativo, que se involucra de manera individual y colectiva en la solución de problemas y situaciones sociales, ambientales, con identidad institucional, liderazgo, capaz de evaluar situaciones a través de procesos investigativos.



La Resolución 28 de 2018 define los principios del Modelo Pedagógico que muestran la pretensión de las acciones de los participantes en el proceso educativo que acontece en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, se entienden como reglas, pautas o normas generales, universalmente desarrolladas en comunidades académicas y enmarcadas en la concepción de educación. En consecuencia, se privilegian los siguientes principios:

- Libertad y ética
- Inclusión, participación, democracia
- Desarrollo profesional
- Cultura política
- Construcción de conocimiento e investigación
- Sentido de pertenencia – identidad
- Autonomía
- Crítico dialógico
- Cultura de la participación y autoevaluación

La Maestría en Innovación y Marketing Turístico se acoge totalmente a los principios y al modelo definido por la Universidad, en términos de construir un currículo abierto, incluyente y flexible, para formar integralmente al estudiante y así cumplir con la función social que lo sustenta.

Estrategias de enseñanza y aprendizaje

La propuesta de formación se fundamenta en una estrategia pedagógica definida en procesos virtuales de aprendizaje, el aprendizaje autónomo e independiente, con apoyo de las tecnologías de la información y comunicación en un ambiente virtual y un modelo de aprendizaje con las siguientes características:

Un proceso de inducción que pretende mostrar al estudiante los diferentes elementos de la propuesta pedagógica, demostración del aula virtual, entrega de materiales de estudio, desarrollo de talleres que permiten vivenciar la experiencia de estudiar y aprender a través del E-Learning. Este proceso de inducción se completa con la inducción a las unidades de estudio programadas para iniciar el programa.

Apoyo de Asesor Académico, encargado de acompañar el curso y gestionar la calidad del servicio del proceso educativo.

El trabajo independiente es la obtención por parte del estudiante de los materiales de estudio, incluyendo la lectura de los textos, el desarrollo de las actividades y ejercicios de aprendizaje propuestos.

El trabajo en grupo se realiza después de concluido el trabajo independiente, el propósito es que el estudiante compare y evalúe sus ideas a través de foros, y herramientas colaborativas.



Apoyo del tutor. Luego de realizado el debate y discusión con el grupo se puede asistir a la sesión tutorial con el docente para aclarar dudas, plantear inquietudes, proponer acciones académicas. La asistencia a las sesiones tutoriales a través de diferentes medios.

Interacción en el aula virtual. Son espacios virtuales que simulan la dinámica de clase, donde se recibe apoyo permanente del tutor. Se hacen preguntas sobre los temas desarrollados; así como foros y debates sobre los temas relevantes de la unidad de estudio. Se recibe orientación y realimentación en forma permanente.

Encuentros presenciales. En los cuales se realizan actividades de síntesis orientadas al entrenamiento del rol directivo.

Información de retorno. Es parte del proceso de aprendizaje, su propósito es indicar al estudiante sus logros; mostrar el grado de comprensión alcanzado; y cuáles son las dificultades que se evidencian en la comprensión de conceptos y conocimientos.

Finalmente, se proponen alternativas de acción y recomendaciones para la autorregulación del proceso de aprendizaje. A partir de esta estructura general de trabajo, se propone el trabajo independiente para asegurar la asimilación de los conceptos tratados y su integración a la estructura cognitiva del estudiante.

Evaluación integral. La evaluación integral del proceso de aprendizaje define tres (3) momentos: autoevaluación, co - evaluación y hetero - evaluación. La autoevaluación es un proceso que realiza el propio estudiante con base en los criterios de evaluación que propone el tutor para cada actividad de aprendizaje. La co - evaluación es un proceso que realizan los compañeros de estudio y puede hacerlo por iniciativa propia y bajo la orientación del tutor. La hetero - evaluación la realiza el tutor y corresponde al proceso final de la evaluación integral.

Además de la biblioteca remota y física actual de la UPTC se integra a las instituciones - UPTC y MURCIA - algunos volúmenes, en la cual se puede consultar todas las bases de datos disponibles en línea.

Transferencia de conocimientos. Es una actividad propia, reflexiva, autónoma e independiente del estudiante para buscar la forma de aplicar y transferir los nuevos conocimientos a las actividades cotidianas que realiza en sus diferentes ambientes de actuación y en su espacio empresarial.

Plan de Estudios

La Maestría en Innovación y Márketing Turístico está estructurada en cincuenta (50) créditos académicos. Un crédito académico equivale a cuarenta y ocho (48) horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas de acompañamiento directo del docente (12 horas) y las horas de trabajo independiente que el estudiante debe dedicar a la realización de actividades de estudio, prácticas u otras que sean

MACROPROCESO: DOCENCIA
PROCESO: FORMACIÓN POSGRADUADA
PROCEDIMIENTO: DISEÑO, FORMULACION Y APROBACION DEL PROYECTO
ACADEMICO EDUCATIVO DE PROGRAMAS DE POSGRADOS
FORMATO: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL - PAE



Código: D-FP-P01-F06 Versión: 03 Página 16 de 29

necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje (36 horas) según lo define el Artículo 2.5.3.2.4.2 del decreto 1075 de 2015.

Área de formación	Asignaturas	No créditos	Total	%
Básica	Política turística y modelos de intervención en planificación turística	4	7	14%
	Planes de desarrollo y proyectos turístico	3		
Profundización	El nuevo escenario del turismo global	3	26	52%
	La innovación: una realidad en el sector turístico	3		
	Innovación y creatividad aplicada a los modelos de los negocios turístico y a la generación de valor	4		
	Innovación en los procesos turísticos y aplicados a la gestión de negocios turísticos	4		
	Tecnologías aplicadas al turismo	3		
	El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo	3		
	Conocimiento y gestión de clientes y mercados	3		
Investigación	Innovación y dirección de marketing turístico	3	17	34%
	Seminario de Investigación I	4		
	Seminario de Investigación II	3		
	Seminarios teórico prácticos	3		
	Tendencias de investigación en marketing turístico	2		
	Proyecto final plan de negocio	3		
Pasantía internacional	2			
Totales		50	50	100%

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE						
Código	Asignatura	No. Créditos	Total horas	Horas presenciales	Horas de tutoría acompañamiento	Horas de trabajo independiente
	Política turística y modelos de intervención en planificación turística	4	192	48	0	144
	Planes de desarrollo y proyectos turístico	3	144	36	0	108
	Seminario de Investigación I	4	192	48	0	144
	Total	11	528	132	0	396
SEGUNDO SEMESTRE						

MACROPROCESO: DOCENCIA
PROCESO: FORMACIÓN POSGRADUADA
PROCEDIMIENTO: DISEÑO, FORMULACION Y APROBACION DEL PROYECTO
ACADEMICO EDUCATIVO DE PROGRAMAS DE POSGRADOS
FORMATO: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL - PAE



Código: D-FP-P01-F06 Versión: 03 Página 17 de 29

Código	Asignatura	No. Créditos	Total horas	Horas presenciales	Horas de tutoría acompañamiento	Horas de trabajo independiente
	El nuevo escenario del turismo global	3	144	36	0	108
	La innovación: una realidad en el sector turístico	3	144	36	0	108
	Innovación y creatividad aplicada a los modelos de los negocios turístico y a la generación de valor	4	192	48	0	144
	Innovación en los procesos turísticos y aplicados a las gestión de negocios turísticos	4	192	48	0	144
	Total	14	672	168	0	504

TERCER SEMESTRE						
Código	Asignatura	No. Créditos	Total horas	Horas presenciales	Horas de tutoría acompañamiento	Horas de trabajo independiente
	Tecnologías aplicadas al turismo	3	144	36	0	108
	El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo	3	144	36	0	108
	Conocimiento y gestión de clientes y mercados	3	144	36	0	108
	Innovación y dirección de marketing turístico	3	144	36	0	108
	Total	12	576	144	0	432

CUARTO SEMESTRE						
Código	Asignatura	No. Créditos	Total horas	Horas presenciales	Horas de tutoría acompañamiento	Horas de trabajo independiente
R.G.	Seminario de Investigación II	3	144	36	0	108
	Seminarios teórico prácticos	3	144	36	0	108
	Tendencias de investigación en marketing turístico	2	96	24	0	72

MACROPROCESO: DOCENCIA
PROCESO: FORMACIÓN POSGRADUADA
PROCEDIMIENTO: DISEÑO, FORMULACION Y APROBACION DEL PROYECTO
ACADEMICO EDUCATIVO DE PROGRAMAS DE POSGRADOS
FORMATO: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL - PAE



Código: D-FP-P01-F06	Versión: 03	Página 18 de 29
----------------------	-------------	-----------------

Proyecto final plan de negocio	3	144	36	0	108
Pasantía internacional	2	96	24	0	72
Total	13	624	156	0	468

* Actividad académica requisito para obtener el título de grado.

Área de formación	I		II		III		IV		Total créditos	Total horas	
Investigación %	R		R		R		R		17	816	
	NC	4	NC	4	NC		NC	3			
	Seminario de investigación I				Seminario de Investigación II						
	C		C		C		C				
	Ho Pr	48	Ho Pr	48	Ho Pr		Ho Pr	36			
	Ho In	144	Ho In	144	Ho In		Ho In	108			
	T	X	T	X	T		T				
	P		P		P		P				
							R				
							NC	3			
							Seminarios teórico prácticos				
							C				
							Ho Pr	36			
							Ho In	108			
							T				
							P				
							R				
							NC	2			
							Tendencias de investigación en marketing turístico				
							C				
							Ho Pr	24			
							Ho In	72			
							T				
							P				
						R					
						NC	3				
						Proyecto final plan de negocio					
						C					
						Ho Pr	36				
						Ho In	108				
						T					
						P					
						R					
						NC	2				
						Pasantía internacional					
						C					
						Ho Pr	24				
						Ho In	72				

MACROPROCESO: DOCENCIA
PROCESO: FORMACIÓN POSGRADUADA
PROCEDIMIENTO: DISEÑO, FORMULACION Y APROBACION DEL PROYECTO
ACADEMICO EDUCATIVO DE PROGRAMAS DE POSGRADOS
FORMATO: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL - PAE



Código: D-FP-P01-F06 Versión: 03 Página 20 de 29

			C							
			Ho Pr	48						
			Ho In	144						
			T							
			P							
					R					
					NC	3				
					Tecnologías aplicadas al turismo					
					C					
					Ho Pr	36				
					Ho In	108				
					T					
					P					
					R					
					NC	3				
					El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo					
					C					
					Ho Pr	36				
					Ho In	108				
					T					
					P					
					R					
					NC	3				
					Conocimiento y gestión de clientes y mercados					
					C					
					Ho Pr	36				
					Ho In	108				
					T					
					P					
					R					
					NC	3				
					Innovación y dirección de marketing turístico					
					C					
					Ho Pr	36				
					Ho In	108				
					T					
					P					
TOTAL	11	528	14	672	12	576	13	624	50	2400

R= Requisitos C= Código NC= Numero de créditos Ho Pr= Horas presenciales Ho In= Horas independientes T= Teórica P= Práctica

Componentes de flexibilidad e interdisciplinares:

El programa ha sido diseñado de manera articulada con dos programas, el primero con la Especialización en Planificación del Turismo Sostenible de la UPTC Facultad Seccional Duitama, y en segundo lugar, con el Master en Innovación y Marketing Turístico de la UCAM.



El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico se acogerá a lo establecido en el Capítulo III del Acuerdo 052 de 2012 o las normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan, en términos de homologación.

Asignatura seminario o módulo	Código	Homologable	Transferencia
Política turística y modelos de intervención en planificación turística		SI	X
Planes de desarrollo y proyectos turístico		SI	X
El nuevo escenario del turismo global		NO	X
La innovación: una realidad en el sector turístico		NO	X
Innovación y creatividad aplicada a los modelos de los negocios turístico y a la generación de valor		NO	X
Innovación en los procesos turísticos y aplicados a las gestión de negocios turísticos		NO	X
Tecnologías aplicadas al turismo		NO	X
El impulso público al desarrollo de la tecnología en turismo		NO	X
Conocimiento y gestión de clientes y mercados		NO	X
Innovación y dirección de marketing turístico		NO	X
Seminario de Investigación I		SI	X
Seminario de Investigación II		NO	X
Seminarios teórico prácticos		NO	X
Tendencias de investigación en marketing turístico		NO	X
Proyecto final plan de negocio		NO	X
Pasantía internacional		NO	X

Investigación en el Programa

La Maestría en Innovación y Marketing Turístico tiene previsto en el plan de estudios, un total de once (11) créditos encaminados a la formación en investigación, en asignaturas denominadas: Seminario de Investigación I, Seminario de Investigación II, Tendencias investigativas en marketing turístico y Proyecto Final de Negocios, las cuales se imparten en el transcurso de la formación de la Maestría.

Grupos de investigación

El Programa de Maestría se soportará en los grupos de investigación de las áreas de Administración de la Uptc, con reconocimiento institucional y de Colciencias, con capacidades para dirigir y apoyar las actividades de los estudiantes del programa como son: Grupo de Investigación para la Animación Cultural – Muisuata, Grupo Universitario de Investigación en Administración – GUIA y Grupo de Investigación – EMPRENDER.

Estos grupos estarán al servicio de los estudiantes para que desarrollen su trabajo de final de máster que se encuentra enmarcado en el plan de estudios y el trabajo de



grado como requisito para optar por el título de Magíster en la Uptc. Con la incorporación, participación y soporte de los grupos de investigación se pretende generar un ambiente de formación y participación investigativa de los estudiantes en las áreas de la innovación turística y el marketing turístico entre otras, sustentado en la trayectoria y reconocimiento de los grupos en los contextos nacional e internacional.

Características del trabajo de grado

El estudiante, para obtener el título de Magíster en Innovación y Márketing Turístico, deberá sustentar y aprobar un trabajo de grado o un producto de creación de nuevo conocimiento o un producto de desarrollo tecnológico o innovación según la tipología y criterios de validación de Colciencias, según Colciencias acorde con el Acuerdo 019 de 2018.

El comité de currículo respectivo verificará y dará el aval de que los productos cumplan con los parámetros de validación exigidos por Colciencias; los productos tendrán que estar vinculados a un grupo de investigación de la UPTC.

Desarrollo del proceso de evaluación del programa.

La evaluación del proceso de aprendizaje en la Maestría es continua y tiene en cuenta una evaluación colectiva y una individual. Las evaluaciones tienen como elemento de juicio: el cumplimiento de los objetivos y condiciones del trabajo colectivo, la calidad en la forma de presentación y contenido de los informes y trabajos colectivos, la responsabilidad, compromiso ético de trabajo colaborativo, los contenidos conceptuales, las competencias profesionales de cada asignatura y los contenidos actitudinales. El Programa utilizará las notas cualitativas y cuantitativas definidas en el Acuerdo 052 de 2012 o la norma que la modifique o sustituya.

La evaluación del desempeño docente es un proceso integral a través del cual la Universidad valora la calidad y el cumplimiento de los actos de docencia, investigación, extensión, actividades de dirección académico-administrativas, capacitación y productividad académica, de conformidad con las funciones establecidas. El programa de Maestría se regirá por la normatividad vigente aplicable por la Uptc para este propósito

Para el desarrollo de las actividades de autoevaluación en el programa de Maestría en Innovación y Márketing Turístico, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia tiene institucionalizado un modelo de autoevaluación donde están diseñadas las guías, los formatos, los formularios de encuestas, y los procedimientos para este propósito. Para el desarrollo de las actividades de autoevaluación el Programa seguirá los requisitos implementados en el Sistema Integrado de Gestión SIG en el proceso denominado – Formación Posgraduada - con su procedimiento de autoevaluación D-FP-P02.



ARTÍCULO 6.- ARTICULACIÓN CON EL MEDIO:

Estrategias del programa desde la Docencia:

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico desde la docencia promoverá la formación de profesionales que respondan a las necesidades actuales y futuras del sector turístico en los contextos regional, nacional e internacional.

Estrategias del programa desde la Investigación:

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico realizará proyectos de investigación sustentados en la trayectoria de los grupos de investigación que soportan el Programa. Las investigaciones responderán a los proyectos que lideran la Escuela de Administración Turística y Hotelera, los Grupos de Investigación de la UPTC y la UCAM, los cuales atienden temáticas de carácter público y privado con el sector externo relacionado con el turismo.

Estrategias del programa desde la Extensión:

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico continuará con las estrategias definidas desde la Escuela de Administración Turística y Hotelera, tendientes a realizar eventos académicos, investigativos y de formación de carácter nacional e internacional en temas relacionados con el turismo, los cuales son dirigidos al sector externo público y privado y en especial, fortaleciendo la Plataforma OTGUIA - Observatorio Turístico, como patente registrada por la UPTC

ARTÍCULO 7.- INTERNACIONALIZACIÓN DEL PROGRAMA:

Movilidad académica

La Maestría en Innovación y Marketing Turístico establece la existencia de una pasantía internacional que corresponde a una semana presencial en la UCAM en España, el cual tiene asignados un total de 2 créditos académicos. Pasantía que representa para el estudiante y para la Universidad un valor agregado importante en el proceso y fortalecimiento de las competencias individuales y como parte fundamental de la socialización de las expectativas de los diferentes grupos de interés en el proceso de construcción de las competencias globales en la solución a las necesidades de la región en busca de un mundo mejor. Durante la pasantía se realizará un trabajo de 32 horas presenciales que involucran actividades en el aula, así como reconocimiento de escenarios propios de la actividad turística en Murcia. La pasantía involucra actividades teóricas como clases magistrales, complementadas con talleres, salidas de campo y visitas técnicas. De igual manera permitirá el espacio para la sustentación del Proyecto Final Plan de Negocios.



Fortalecimiento de una segunda lengua

El fortalecimiento de la segunda lengua en la Maestría en Innovación y Marketing Turístico se realiza desde una formación de carácter internacional, con el manejo de textos académicos e investigativos en idioma extranjero, acorde con las temáticas vanguardistas de la disciplina. Además, el cumplimiento del requisito de certificar prueba de proficiencia en comprensión de lectura en una lengua extranjera equivalente al nivel B1 en la nomenclatura europea, promueve el desarrollo de esta competencia en el Magíster en formación.

ARTÍCULO 8.- APOYO A LA GESTIÓN DEL CURRÍCULO:

Organización administrativa:

- Seccional Duitama

La estructura básica de la Facultad Seccional Duitama está conformada por un Consejo de Facultad y Escuelas, acorde con los Acuerdos 067 de 2005 y 001 de 2018. Las Escuelas son las unidades básicas a través de las cuales se concreta el trabajo académico de la Universidad, se apoyan para el cumplimiento de sus funciones en el claustro docente y en un comité curricular. Las funciones del Director de Sede, Decanos, Consejo de Facultad, Directores de Escuela y Comités Curriculares están establecidas en el Acuerdo 067 de 2005.

- Escuela de posgrados Seccional Duitama

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico depende de la Escuela de posgrados de la Facultad Seccional Duitama en lo relacionado con la organización, administración y de gestión del Programa. La responsabilidad de los procesos académicos y administrativos está a cargo de las instancias que conforman la Seccional y en especial, de la escuela de Administración Turística y Hotelera. La organización administrativa de la Universidad y en particular del programa permite que esta unidad académica desempeñe sus responsabilidades acordes con su misión. La gestión administrativa se evalúa periódicamente desechando lo inconveniente y estableciendo acciones de mejoramiento continuo.

La estructura de gestión de los posgrados en la Uptc está reglamentada por el Acuerdo 025 de 2012 y el Acuerdo 041 de 2018 donde presenta una estructura organizacional integrada por:

- a) Un Departamento de posgrados, adscrito a la Vicerrectoría Académica, el cual tiene un jefe o quien haga sus veces y un Comité de posgrado Integrado por: el Vicerrector Académico o su delegado; el Jefe de Departamento de Posgrados o quien haga sus veces, quien lo presidirá; el Vicerrector de Investigaciones y Extensión, o su delegado; los Directores de Escuela de posgrados de las diferentes Facultades, incluidas la sede central y las seccionales.



- b) Una escuela de posgrados en la Facultad Seccional Duitama, la cual tiene un director.
- c) Un comité de escuela de posgrados por Facultad integrado por: el director del centro de gestión de investigación y extensión de la facultad, un representante de los grupos de investigación escalafonados, elegidos por los integrantes de los grupos de investigación adscritos a la Facultad, los coordinadores académicos de las áreas disciplinares de la Facultad.
- d) Un comité de currículo por cada área disciplinar de la Facultad.
- e) Una coordinación académica para cada área disciplinar de la Facultad.

El Director de Formación Posgraduada es nombrado por el Rector para un periodo de dos años. Para ser designado Director de formación posgraduada, se requiere ser profesor de planta de la Institución, escalafonado y con título de Magíster o Doctor. La Dirección de Formación Posgraduada es la encargada de diseñar, coordinar e impulsar la política de formación posgraduada; en apoyo de los comités de currículo de los programas de posgrados.

- Comité de Escuela de Posgrado de la Facultad Seccional Duitama

Son funciones del comité de escuela de posgrados de la Seccional Duitama:

- a) Formular estrategias de la escuela de posgrados de la Facultad
- b) Propender por la articulación académica de los programas que conformen el área disciplinar, para la proyección y fortalecimiento de los mismos.
- c) Estudiar y direccionar las líneas de investigación propuestas y establecidas en los respectivos programas del área disciplinar.
- d) Adelantar y gestionar acciones en conjunto con el Centro de Gestión de la Investigación y Extensión de la Facultad para vincular grupos de excelencia a las alianzas y convenios interinstitucionales nacionales e internacionales suscritas por la universidad.
- e) Estudiar y presentar ante el Consejo de Facultad las propuestas de creación de nuevos programas, con base en criterios de pertinencia y articulación con el Área Disciplinar.
- f) Mantener el seguimiento a los procesos de autoevaluación de sus programas y apoyar los procesos de acreditación de alta calidad.
- g) Sesionar periódicamente e informar acciones y propuestas al comité de posgrados a través del Director de Escuela de posgrados de la Facultad.
- h) Acoger las decisiones y acciones tomadas por el comité de posgrados.
- i) Las demás que le señalen las normas y reglamentos de la Universidad.

- Dirección de escuela de posgrados Facultad Seccional Duitama.

El Director de la escuela de posgrados de la Facultad es un profesor de planta escalafonado de la Institución, con título de Maestría o Doctorado. Su nombramiento se hace mediante resolución rectoral, de terna presentada por el Consejo de Facultad, para un periodo de dos (2) años. Son funciones del Director de la Escuela de Formación Posgraduada de la Facultad:



- a. Cumplir y hacer cumplir las políticas y normas expedidas por el Consejo Superior Universitario, el Consejo Académico, la Dirección de formación posgraduada y los Consejos de Facultad, relacionadas con los estudios de formación posgraduada.
 - b. Diseñar estrategias y acciones administrativas que garanticen la calidad en la gestión de los programas de formación posgraduada que ofrezca la Facultad.
 - c. Coordinar con el Director de Formación Posgraduada, las actividades de planeación, organización, desarrollo y control de los programas de formación posgraduada, adscritos a la respectiva Facultad.
 - d. Dirigir, ejecutar y evaluar planes de mejoramiento de la Escuela de formación posgraduada.
 - e. Coordinar con los Centros de Investigación y Extensión y los grupos adscritos a estos, el fomento y apoyo a las actividades de investigación, eventos científicos y publicaciones.
 - f. Gestionar el mantenimiento en condiciones óptimas de los inventarios de la Escuela y de los programas de formación posgraduada de la Facultad.
 - g. Elaborar y evaluar el presupuesto de ingresos y egresos anuales de los programas de formación posgraduada de la Facultad, de común acuerdo con los Coordinadores académicos de los programas de formación posgraduada.
 - h. Apoyar administrativamente las propuestas de los grupos de investigación, encauzadas por los Centros de Investigación y Extensión, tendientes a la creación de nuevos programas.
 - i. Realizar el estudio de viabilidad de las solicitudes de extensión y de los programas vigentes.
 - j. Coordinar los procesos de autoevaluación, registro calificado, acreditación; y mejoramiento académico de los programas de formación posgraduada.
 - k. Las demás que le señalen las normas y reglamentos de la Universidad.
- Coordinación Académica del área disciplinar de la Facultad

La función de cada coordinador académico de área disciplinar de la Facultad, son las siguientes:

- a) Convocar y presidir el Comité de Currículo del área disciplinar de la Facultad.
- b) Ejecutar las políticas de formación posgraduada de la Universidad.
- c) Elaborar, ejecutar y evaluar el plan de acción de los programas.
- d) Dirigir los procesos de autoevaluación, acreditación y registro calificado.
- e) Proponer al Comité de Currículo, la vinculación de los docentes requeridos para el desarrollo de las actividades académico-investigativas y hacer la evaluación de desempeño correspondiente.
- f) Coordinar el proceso de selección y admisión de estudiantes.
- g) Verificar el cumplimiento de los requisitos de los candidatos a grado.
- h) Diseñar estrategias para promover y divulgar adecuadamente los programas.
- i) Estudiar y gestionar las propuestas de extensión de los programas.
- j) Las demás que le señalen las normas y reglamentos de la universidad.



- Comité de Currículo del área disciplinar de la Facultad

El Comité de Currículo de cada área disciplinar de la Facultad, estará integrado por:

- a) El Coordinador académico del área disciplinar de la Facultad, quien lo presidirá.
- b) Un representante de los docentes de planta, elegido por los docentes de planta y ocasionales de tiempo completo vinculados al área disciplinar de la Facultad y que estén vinculados con el programa de posgrados.
- c) Un representante de los estudiantes por área disciplinar de la Facultad, con matrícula vigente, elegido según convocatoria realizada por la Secretaría General.
- d) Un representante de los profesores pertenecientes a los grupos de investigación escalafonados, que apoyan el área disciplinar, elegido por los investigadores de dichos grupos.
- e) Un representante de los graduados del área disciplinar, elegido según convocatoria realizada por la Secretaría General.

El periodo de los miembros de los Comités de Currículo del área disciplinar, será de dos (2) años. Cualquiera de los miembros puede ser elegido y/o designado para periodos sucesivos. El Comité de Currículo podrá tener invitados internos o externos, cuando lo considere pertinente.

Perfil general del personal docente del programa:

El programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico está soportado en los docentes de planta y ocasionales de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y, en especial, de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, los cuales cuentan con la trayectoria académica e investigativa para impartir asignaturas en el Programa.

Recursos físicos y de apoyo a la docencia:

La Universidad, en su Facultad Seccional Duitama, cuenta con instalaciones, equipos y medios que soportan la educación en diferentes especialidades, tanto en los programas de pregrado como en los de posgrado, cuenta con una amplia colección bibliográfica, dispone de acceso a importantes redes de información, posee modernas y cómodas instalaciones para consulta, laboratorios especializados debidamente dotados y una infraestructura humana que presta apoyo y respaldo a las actividades de formación. Igualmente, plantea y desarrolla planes de acción encaminados a la mejora continua de sus procesos que finalmente se reflejan en la alta calidad del servicio que se presta a la comunidad académica.

El programa de Maestría cuenta con apoyo bibliográfico, informático, de laboratorios y didáctico suficiente que le asegura un adecuado funcionamiento, de tal forma que docentes y estudiantes tienen las condiciones que les permiten el acceso permanente a la información y a las prácticas necesarias para adelantar procesos de docencia, investigación y extensión.



Recursos Bibliográficos

La Facultad Seccional Duitama cuenta con un número abundante de ejemplares en la biblioteca para apoyo a sus programas. Los convenios inter-bibliotecarios de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia son: Universidad Santo Tomas, Universidad Antonio Nariño, Universidad Juan de Castellanos, Biblioteca Luis Ángel Arango y su red de bibliotecas en todo el país y con el grupo de bibliotecas que conforma UNIREL. Este servicio se solicita a través de la coordinación de servicios al público de la biblioteca seccional y la biblioteca central Jorge Palacios Preciado.

Área	Número de ejemplares
Colección General	10462
Colección de Referencia	1522
Colección de Reserva	8737
Colección Restringida	510
Colección Normas Técnicas	56
Colección Materiales Especiales	537
Publicaciones Periódicas	5545
Trabajos de Grado	3755
Bases de datos	32
TOTAL	31156

Recursos Informáticos

La Facultad Seccional Duitama de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia dispone de salas de informática para el desarrollo de la academia de los programas de pregrado, posgrado y educación a distancia, adaptadas para actividades de clases normales, laboratorios con recursos de software, prácticas libres de estudiantes y docentes, actividades de extensión como cursos y capacitaciones, con capacidad para (25) personas cada una. Las salas de informática de la Institución cuenta con diversos Software disponibles para el desarrollo de las actividades académicas como: NVIVO, CITAVI, REFWORKS, SCIENTIFIC WORK PLACE VERSION 5.0, SAS 12, MATLAB VERSIÓN 7.3, WINQSB 2.0, MINITAB VERSIÓN 14, SPSS VERSIÓN 19, GANADERO, AUTODESK EDUCATION MASTER SUITE, ADOBE DESING STANDARD SUITE, COREL DRAW X5, NX + SOLID EDGE ST3, ANSYS 8.1 – LABVIEW, MASTERCAM 9.1, WORKING MODEL 2D, PROMODEL 6, MACROMEDIA FLASH 8, MACROMEDIA AUTHORWARE 7, MICROSOFT FRONT PAGE. JAVA, AMADEUS, MICROSOFT VISUAL BASIC, MICROSOFT VISUAL C++.

Infraestructura

La Facultad Seccional Duitama de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia presenta la siguiente infraestructura física, la cual estará disponible por el programa de Maestría en Innovación y Marketing Turístico.

MACROPROCESO: DOCENCIA
PROCESO: FORMACIÓN POSGRADUADA
PROCEDIMIENTO: DISEÑO, FORMULACION Y APROBACION DEL PROYECTO
ACADEMICO EDUCATIVO DE PROGRAMAS DE POSGRADOS
FORMATO: RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL - PAE



Código: D-FP-P01-F06 Versión: 03 Página 29 de 29

Inmueble	Tenencia	Área por M ² por uso											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Aulas de clase	Propiedad	4610											
Laboratorios	Propiedad		1858										
Auditorios	Propiedad				518								
Bibliotecas	Propiedad					1788							
Salas de computo	Propiedad						324						
Oficinas	Propiedad							2049					
Espacios deportivos	Propiedad								8495				
Cafeterías	Propiedad									390			
Zonas de recreación	Propiedad										350		
Servicios sanitarios	Propiedad											612	
Sala de tutores	Propiedad												232

Estructura orgánica de la Universidad:

El Acuerdo 066 de 2005, en el Título II, establece los Órganos de Dirección Universitaria, el Acuerdo 067 de 2005 expide la Estructura Académica y el Acuerdo 001 de 2018 establece la Estructura Orgánica de La Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. La Estructura Académica está constituida por la Vicerrectoría Académica, Facultades, Sedes y Escuelas, cuya definición, composición y funciones están debidamente reglamentadas por los mencionados Acuerdos.

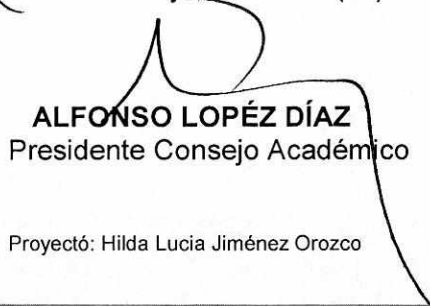
En consonancia, la Facultad Seccional Duitama desarrolla su actividad misional a través de facultades y escuelas en la modalidad presencial y con autonomía e independencia de las facultades de la Sede Central.

ARTÍCULO 9.- La actualización o modificación del Proyecto Académico Educativo - PAE se dará como resultado de los procesos de autoevaluación, evaluaciones externas o políticas institucionales y nacionales, lo cual deberá ser presentado por el Comité Curricular, recomendado por el Consejo de Facultad y aprobado por el Consejo Académico.

ARTÍCULO 10.- La presente Resolución rige a partir del semestre siguiente del que se reciba el Registro Calificado.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Tunja, a los seis (06) días del mes de noviembre de dos mil dieciocho (2018)


ALFONSO LÓPEZ DÍAZ
Presidente Consejo Académico


ILBA YANETH RODRÍGUEZ TAMAYO
Secretaria Consejo Académico

Proyectó: Hilda Lucia Jiménez Orozco