



Programa de Mercadeo

SEXTO SEMESTRE



Universidad de la
Amazonia

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO

Coordinadora de Programa

Esp. EDNA EDIT GUARACA PENNA

Equipo Diseñador

Daniel Camilo Durán Camacho

Director

Yhully Marín

Coordinador de Medios y Recursos Tecnológicos

NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

Lucio Orlando Meneses González

Breiner Fidel Prieto Guerra

Formulación de Proyectos

Cristian Hernández Gil

Plan de Mercadeo

David Pastrana

Mercadeo y Economía Internacional

Stefany Calderón Robledo

Mercadeo Cultural y Turístico

Marly Andrea Castrillón Calderón

Angel Ivan Díaz

Inglés I

Jhon Fredy Llanos

Administración de Impuestos

Florencia – Caquetá, 2026.



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F –
Barrio Porvenir Tel: (+57) 8-4366160



Este documento se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

* Esta guía didáctica se estructuró bajo los lineamientos pedagógicos y didácticos del modelo de educación a distancia, tomados del Capítulo 3 del Módulo “EDUCACIÓN A DISTANCIA: SIGNIFICACIÓN HISTÓRICA, EDUCATIVA Y PEDAGÓGICA”, ISBN 958- 97270-0-X. Autores: Luz Dary Cardona García y Lillyam López de Parra.

CONTENIDO

Presentación

Orientaciones para el Desarrollo del Proceso de Estudio

Estructura de Contenidos del Semestre

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Interaprendizaje o Trabajo de Núcleos de Estudio Colaborativo

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Trabajo Integrado Final

Bibliografía

Guía Didáctica Presentación

Presentación

Apreciado estudiante,

Bienvenido a su proceso de formación como Profesional en Mercadeo en la Modalidad de Educación a Distancia en la Universidad de la Amazonía.

Propósitos y estructura de la guía didáctica:

En educación a distancia el desarrollo de un periodo académico debe estar previamente planeado y programado, en este sentido, para el PROGRAMA DE MERCADEO, la Guía Didáctica se convierte en la principal herramienta de mediación entre la enseñanza y el aprendizaje. Un semestre académico se estructura en un bloque programático conformado por unidades temáticas o espacios académicos, los cuales se integran alrededor de un eje problémico o pregunta orientadora de investigación, incentivando así la integralidad y la interdisciplinariedad de diferentes áreas del saber. De otro lado, incentiva el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo o colaborativo para dar respuesta al trabajo teórico práctico que conlleva a procesos de investigación formativa a través de un proyecto de semestre representado en un producto denominado Trabajo Integrado Final "TIF", que se aborda desde los núcleos de estudio colaborativo por parte de los estudiantes con el acompañamiento permanente del asesor o profesor, el cual se desarrolla a través de momentos de interaprendizaje.

Propósitos de la guía

- Orienta al estudiante las diferentes actividades y estrategias a desarrollar para dar cumplimiento a sus compromisos académicos.
- Promueve y motiva en el estudiante el aprendizaje autónomo y el interaprendizaje o trabajo colaborativo.
- Promueve la investigación formativa al dar respuesta a un eje problémico a través del desarrollo del bloque programático.
- Organiza el trabajo en productos y tiempos de entrega para los estudiantes y asesores.
- Orienta el desarrollo de habilidades en el uso de las herramientas TIC, creando y editando sus propios productos (videos, diseño de diagramas, el uso de almacenamiento en la nube, tratamiento de archivos en diferentes formatos, la gestión de búsquedas a través de bases de datos especializadas desde de la web)
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

Proceso de Estudio

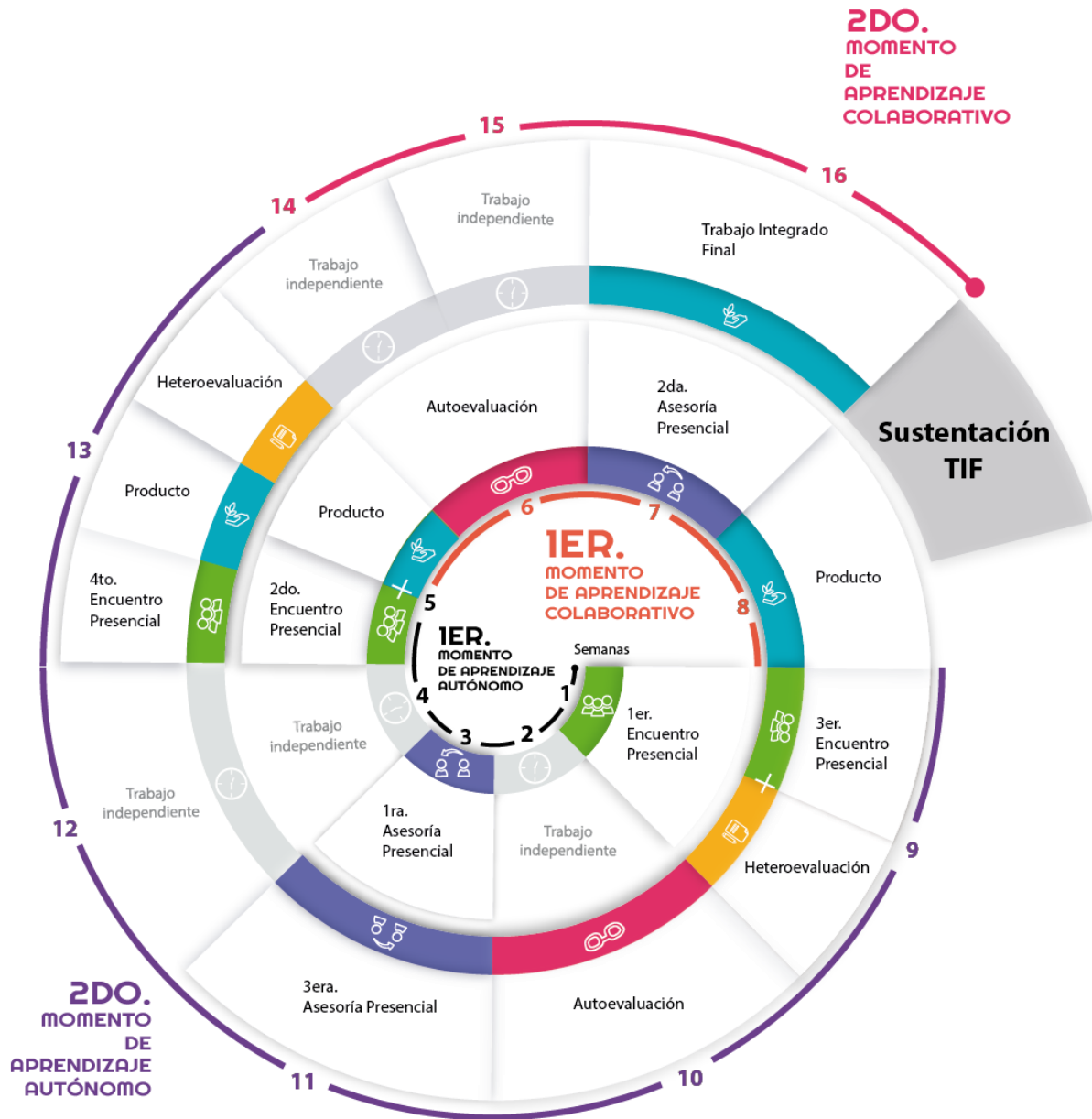
Orientaciones

¿Cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia?

Un semestre en los programas académicos de la modalidad de Educación a Distancia se desarrolla a través de un proceso de estudio estructurado en dos momentos de aprendizaje autónomo y dos momentos de interaprendizaje o trabajo colaborativo que se abordan durante 16 semanas de clase. En cada uno de los momentos de estudio, se realizan actividades para la construcción de productos integrados definidos en la guía didáctica, que es considerada la principal herramienta de mediación que cuenta el estudiante para ubicarse en su propio proceso de formación de un semestre académico. Para ello, el estudiante a distancia cuenta con el apoyo del grupo de asesores (profesores), con quienes se programan encuentros presenciales, asesorías presenciales en el aula y asesorías virtuales permanentes asistidas por tecnología que se desarrollan a través del *Campus Virtual de Educación Distancia (Plataforma Moodle)* y *el sistema de videoconferencias*. De igual manera, se orienta al estudiante a que lleve a cabo procesos de autodiagnóstico, autorreflexión, autorregulación y cooperación acerca de su aprendizaje, una vez realizada la autoevaluación, y de manera colectiva en la coevaluación de cada Núcleo de Estudio Colaborativo (NEC). Todo el proceso se enfoca desde una perspectiva holística e integrada en el que las unidades temáticas o espacios académicos se interrelacionan en pro de la construcción y sustentación del Trabajo Integrado Final (TIF) o proyecto de semestre.

Un aspecto fundamental de resaltar para conocer cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia, es que el Modelo Pedagógico Mediacional en Educación a Distancia se centra en elementos, procesos y estrategias de mediación pedagógica en donde *se privilegia la comunicación e interacción permanente entre docentes y estudiantes*, posibilitando las diferentes formas de mediar el proceso de enseñanza y aprendizaje; es decir, un semestre académico representado en el proceso de estudio como se describe en el siguiente gráfico, el encuentro presencial no es el centro del proceso de formación, el encuentro presencial es una de las múltiples estrategias que se utilizan para acompañar el proceso de formación, además de las asesorías, los materiales de estudio, el trabajo colaborativo, la misma guía didáctica, la forma en que se estructura el currículo bajo un enfoque integrado e interdisciplinario, y todas las herramientas tecnológicas que se puedan emplear haciendo uso pedagógico de las mismas para el acompañamiento en el proceso de formación del estudiante.

En este sentido, el proceso de estudio utiliza como mediación tecnológica la plataforma Moodle, la cual facilita la organización de cursos, actividades y tiempos programados en la guía didáctica, permitiendo así la convergencia de docentes y estudiantes desde cada uno de los momentos de aprendizaje. Así mismo, posibilita la interacción a través de las diferentes herramientas de comunicación, estableciendo encuentros de manera síncrona y asíncrona con el fin de acompañar y evaluar el proceso de estudio.



El gráfico representa una espiral ascendente que detalla el proceso de estudio durante el periodo académico (16 semanas) y cada una de las actividades a desarrollar a través de los momentos de aprendizaje autónomo y aprendizaje colaborativo.

Temporalización de actividades

Primera Heteroevaluación	14 y 15 de marzo de 2026
Segunda Heteroevaluación	9 y 10 de mayo de 2026
Primera Autoevaluación	14 al 17 de marzo de 2026
Segunda Autoevaluación	25 al 28 de abril de 2026
Coevaluación	9 y 10 de mayo de 2026
Sustentación TIF	6 y 7 de junio de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 75% (en sistema Chaira)	Hasta el 19 de mayo de 2026
Fecha límite de modificación de reporte del 75%	Hasta el 22 de mayo de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 25% (en sistema Chaira)	Hasta el 9 de junio de 2026
Fecha límite de reporte del 25%	Hasta el 12 de junio de 2026

Estructura de Contenidos

Propósitos de Formación del Bloque Programático

El programa de Profesional en Mercadeo, modalidad distancia de la Universidad de la Amazonia tiene como objetivo desarrollar en el SEXTO SEMESTRE el Bloque Programático denominado “LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL MERCADEO” donde el propósito es formar un Profesional con habilidades en diseño de iniciativas empresariales que le permitan enfocarse en la internacionalización del mercado.

En este semestre se orientan seis unidades temáticas de las cuales cinco de ellas son disciplinares: Formulación de Proyectos, Mercadeo y Economía Internacional, Plan de Mercadeo, Administración de Impuestos y, Mercadeo Cultural y Turístico. Asimismo, la unidad de formación en lengua extranjera Inglés I.

Competencia: Diseñar un proyecto orientado a una RUTA TURÍSTICA, con un factor diferenciador, que permita articular el sistema productivo local o la cadena de valor, con la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional.

Pregunta de investigación que orientará el Trabajo Integrado Final de este semestre:

¿Cómo formular un proyecto orientado a una RUTA TURÍSTICA, con un factor diferenciador, que permita articular el sistema productivo local o la cadena de valor, con la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional?

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 9 de Febrero hasta el 9 de Marzo de 2026

Formulación de Proyectos

Temas y subtemas

CAPÍTULO 1. LOS PROYECTOS, SU CICLO, SU EVALUACIÓN Y SU IDENTIFICACIÓN

1. El porqué de los proyectos
2. El Ciclo de los proyectos
3. La preparación de los Proyectos
4. La Evaluación: Privada, Económica y Social
5. Marco Conceptual del Proyecto
6. Identificación de Proyectos
7. Contexto en la formulación de proyectos

CAPÍTULO 2. FORMULACIÓN DE PROYECTOS - MARCO LÓGICO

1. Metodología de Marco Lógico.
2. Alternativas de Solución.
3. Estudio de mercado

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Cómo formular un proyecto orientado a una RUTA TURÍSTICA, con un factor diferenciador, desde la identificación de una problemática u oportunidad evidente en un mercado regional?

Material didáctico de apoyo

Aldunate E, Córdoba J, Formulación de programas con la metodología de marco lógico, Ilpes, Santiago de Chile, Julio 2011.

Betancourt, D. F. (23 de febrero de 2017). *Marco lógico: Definición, elaboración y ejemplo detallado*. Recuperado el 23 de enero de 2023, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/metodologia-marco-logico.

ORTEGON Edgar et. al. Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. CEPAL 2005. [fecha de consulta: 23 de enero de 2023]. Recuperado https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Actividades

Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle
Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

El espacio académico "Formulación de proyectos" posibilita al estudiante relacionar información teórica y práctica que permite desarrollar las competencias necesarias en su campo laboral.

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales

Criterios de evaluación:

Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto:

Inicialmente el estudiante debe reflexionar y revisar a través de su propio entorno (personal, familiar, laboral, entretenimiento) alguna problemática que se presente desde el desarrollo de la economía local o regional especialmente en el sector turístico (de allí, más adelante deberá visualizar una posible alternativa de ruta turística).

Realice los siguientes puntos como entregables:

1. Narrativa de la problemática en el marco del desarrollo de servicios turísticos. Apropiarse del conocimiento de textos, recursos multimedia, datos y análisis estadísticos. (Apoyarse en el contexto local/regional; Contexto Internacional y diagnóstico de la empresa/emprendedor)
2. Diseñar el Árbol de problemas basado en los siguientes criterios:
https://www.procolombia.co/sites/default/files/2024-05/_servicios21-11-2018.pdf
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/mincomercioexterior/como-exportar/servicios/guia-de-exportacion-de-servicios/guia-de-exportacion-de-servicios.pdf.aspx>
3. Diseñar el Árbol de objetivos de acuerdo al interés del árbol de problemas desarrollado anteriormente.
4. Planteamiento de mínimo 3 alternativas de solución a la problemática planteada, coherente con los árboles de problemas y de objetivos. (Narrativa en texto, recursos multimedia, diseños gráficos, datos y análisis estadísticos).

5. Seleccione y justifique una de las tres alternativas de solución a desarrollar en la siguiente parte del curso. (Apoyarse en la materia Mercadeo Cultural y Turístico).

Informe ejecutivo con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 8 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica propuesta					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Claridad del Propósito	La propuesta presenta un propósito claro, específico y bien definido. Los objetivos y metas son fácilmente comprensibles.	El propósito de la propuesta está bien expresado, pero podría ser más específico en algunos aspectos.	El propósito de la propuesta es adecuado, pero falta claridad en su definición.	El propósito de la propuesta es vago e impreciso, dificultando su comprensión.	No se identifica claramente el propósito de la propuesta.
Contenido y Detalles	La propuesta presenta un contenido completo y detallado. Se proporcionan argumentos sólidos y sustentados para respaldar la viabilidad y beneficios de la propuesta.	La mayoría de los detalles importantes están presentes, pero algunos aspectos podrían requerir mayor desarrollo o fundamentación.	La propuesta contiene información básica, pero carece de detalles significativos y evidencias sólidas.	La propuesta es superficial y no ofrece suficiente información o fundamentos para su evaluación adecuada.	La propuesta carece de contenido relevante y detalles significativos.

Viabilidad	La propuesta demuestra alta viabilidad y factibilidad. Se consideran los recursos necesarios y se proponen planes realistas para su implementación.	La propuesta es viable en general, pero algunos aspectos requieren mayor análisis y ajustes.	La viabilidad de la propuesta es cuestionable debido a la falta de consideración de algunos aspectos cruciales.	La propuesta parece poco realista y no se han tenido en cuenta factores importantes para su viabilidad.	La propuesta es claramente inviable y no se han considerado adecuadamente los recursos y requisitos necesarios.
Impacto y Beneficios	La propuesta muestra un alto impacto potencial y beneficios significativos para las partes interesadas. Se evidencia un análisis sólido de las ventajas de la propuesta.	Los impactos y beneficios de la propuesta son razonables, pero podrían ser más amplios o detallados.	Los impactos y beneficios de la propuesta son limitados y requieren mayor sustento.	Los impactos y beneficios de la propuesta son poco claros y no se han evaluado adecuadamente.	La propuesta no muestra impacto ni beneficios significativos.
Presentación y Estructura	La propuesta está organizada de manera clara y coherente. Se presenta de forma profesional y atractiva, utilizando un lenguaje adecuado y sin errores.	La presentación y estructura de la propuesta son adecuadas, aunque algunos aspectos podrían mejorarse.	La presentación y estructura de la propuesta son aceptables, pero se necesita una mayor atención a la organización y el estilo.	La propuesta es desorganizada y la presentación no es profesional. Hay muchos errores gramaticales y de estilo.	La propuesta está mal presentada y es difícil de seguir debido a graves problemas de estructura y lenguaje.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

MERCADEO Y ECONOMÍA INTERNACIONAL

Influencia del Marketing en ámbitos internacionales

- Colombia y Latinoamérica en el contexto internacional
- Análisis del mercado para la exportación
- Política internacional de productos y precios
- Internacionalización de las pymes
- Cómo acceder a los mercados internacionales

Permanecia y comportamiento de precios en los mercados

- Conceptos relevantes, cuantificación y previsión
- Principales interpretaciones teóricas sobre las causas de la inflación
- La política económica de estabilización de precios
- El crecimiento económico
- Concepto e importancia para la política económica
- Variables básicas e indicadores

Análisis y oportunidades de mercado

- Caso China
- Caso Estados Unidos
- Caso India
- Caso Brasil
- Caso México
- Caso Rusia
- Caso Corea del Sur
- Caso Vietnam

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Por qué es importante conocer los fundamentos y procedimientos de los valores económicos en la práctica y en el quehacer cotidiano para el desarrollo del turismo regional?

Material didáctico de apoyo

- Ries, A. y Trout, J. (2004). "Las 22 leyes inmutables del marketing". Madrid: McGraw-Hill.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). "Fundamentos de marketing". México: Pearson Educación.
- Llorente Olier, J.I. (2013) "Gestión Internacional de la Empresa". Ed: CEF.
- Alonso, J.A. (2017) "Lecciones sobre economía mundial", Thomson-Reuters.
- Hill, CH. W. L. (2007) "Negocios internacionales. Competencia en el mercado global", McGraw-Hill.

- Krugman, P.R. y Obstfeld, M. (2006) "Economía internacional. Teoría y política", Pearson-Addison Wesley.
- Requejo, J. (2012) "Economía mundial", McGraw-Hill.

Actividades

Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle

- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

La finalidad de este espacio académico es permitir que el estudiante logre conceptualizar e internalizar términos del mercadeo y la economía internacional, de tal manera que identifique los paradigmas actuales del mismo en la práctica.

Producto

Analizar las buenas prácticas turísticas desarrolladas a nivel internacional (al menos 3 casos) de acuerdo al problema u oportunidad identificado en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

Verificar aciertos y desaciertos y comprender si es posible llevar a cabo dichas buenas prácticas en el contexto sobre el cual se desarrolla la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

Informe ejecutivo con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 8 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque se echan en falta detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.

Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

PLAN DE MERCADEO

Temas y subtemas

UNIDAD I – Conceptualización del plan de mercadeo

- Definición de plan de mercadeo
- Fases del plan de mercadeo
- Tendencias en la estructura del plan
- Planeación estratégica y prospectiva

UNIDAD II – Diagnóstico situacional

- Análisis externo
- Buyer person
- Técnicas de investigación: Coolhunting
- Análisis interno
- Factores de éxito
- Definición propuesta de valor

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Por qué es importante para la formulación de un proyecto de una ruta turística, el desarrollo de un plan de mercadeo con fines de establecer una propuesta diferenciadora y ajustada a los requerimientos del mercado elegido?

Material didáctico de apoyo

Libro Plan de marketing (Leer capítulos I, II, III)

<https://drive.google.com/file/d/118mSKbNh64kvBxl-Jn5SGCxMSqcTSRD2/view?usp=sharing>

Actividades

Desarrollar un informe que contenga los siguientes elementos:

1. Introducción (al menos dos páginas).
2. Analizar geográfica, política, productiva, cultural e históricamente la región o el sector donde se desea realizar la ruta turística. Para ello se debe recrear inicialmente un mapa que muestre a su alrededor las bondades

naturales, culturales, artificiales y productivas que permitan el desarrollo del turismo regional. Luego detallar textualmente cada elemento analizado.

3. Explicar y justificar con argumentos sólidos y reales la necesidad de desarrollar una ruta turística en el área anteriormente analizada. Para ello es importante considerar cifras o estadísticas de la zona puntualmente.
4. Analizar demográfica, psicográfica, conductual y socioeconómicamente los segmentos o nichos que podrían ser parte del mercado potencial de la ruta turística que se desea proponer. Tener en cuenta que no es suficiente con el diagrama de Buyer Person, también se debe considerar un análisis textual de cada segmento o nicho.
5. Conclusiones y recomendaciones del informe para la formulación de la ruta turística.
6. Bibliografía

Producto: Informe investigativo (con los puntos realizados en la sección de actividades) que incluya la aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 8 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de informe empresarial					
<p>Criterios de Evaluación</p>	<p>Excelente (5 puntos)</p>	<p>Bueno (4 puntos)</p>	<p>Aceptable (3 puntos)</p>	<p>Necesita Mejoras (2 puntos)</p>	<p>Insatisfactorio (1 punto)</p>

Contenido	El informe presenta un contenido completo, preciso y bien estructurado. Todos los aspectos clave del tema son abordados de manera efectiva y sustentada con datos y análisis relevantes.	El contenido del informe es bueno, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados o faltan algunas fuentes para respaldar las afirmaciones.	El contenido del informe es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o hay información poco relevante.	El contenido del informe es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados.	El informe carece de contenido relevante y coherente.
Análisis y Datos	El informe presenta un análisis exhaustivo y bien fundamentado de los datos recopilados. Se utilizan datos cuantitativos y cualitativos para respaldar las conclusiones.	El análisis y los datos presentados son buenos, aunque podrían ser más profundos o algunos datos pueden estar poco sustentados.	El análisis y datos presentados son aceptables, pero se requiere más profundidad y rigor en la interpretación.	El análisis y los datos presentados son deficientes y no respaldan adecuadamente las conclusiones.	El informe no presenta un análisis claro ni datos relevantes.
Estructura y Organización	El informe tiene una estructura clara y bien organizada, con secciones bien definidas y una secuencia lógica de ideas.	La estructura y organización del informe son buenas, aunque algunas secciones podrían mejorar la conexión entre sí.	La estructura y organización del informe son aceptables, pero hay desorden en algunas secciones.	La estructura y organización del informe son deficientes, dificultando la comprensión del contenido.	El informe carece de una estructura coherente y organización adecuada.
Conclusiones y Recomendaciones	Las conclusiones del informe son claras, sólidas y están bien fundamentadas en el análisis presentado. Las recomendaciones son prácticas y viables.	Las conclusiones del informe son buenas, aunque podrían profundizarse más en algunos aspectos. Las recomendaciones son válidas, pero podrían ser más detalladas.	Las conclusiones del informe son aceptables, pero les falta contundencia y las recomendaciones son poco específicas.	Las conclusiones del informe son débiles y no están respaldadas por el análisis. Las recomendaciones son poco prácticas o inexistentes.	El informe no presenta conclusiones ni recomendaciones claras.

Cumplimiento de Objetivos	El informe cumple plenamente con los objetivos establecidos y responde adecuadamente a las preguntas planteadas.	El informe cumple con la mayoría de los objetivos establecidos, pero algunas áreas pueden mejorar.	El informe cumple parcialmente con los objetivos establecidos, dejando algunas áreas sin cubrir.	El informe no cumple con los objetivos establecidos y no aborda adecuadamente las preguntas planteadas.	El informe no presenta objetivos claros ni responde a las preguntas planteadas.
---------------------------	--	--	--	---	---

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	2.0 – 1.9
No entregó	0

ADMINISTRACIÓN DE IMPUESTOS

- Generalidades tributarias.
- El Sistema Tributario Colombiano
- Estructura de los impuestos en Colombia
- Impuestos Nacionales
- Retención en la fuente
- Impuestos Departamentales
- Impuestos Municipales

SUBEJE PROBLÉMICO

¿Por qué los temas impositivos y de procedimiento tributario son un elemento esencial en el desarrollo de proyectos turísticos empresariales?

Material didáctico de apoyo

1. Estatuto Tributario Nacional
2. Estatuto Tributario del Departamento de Caquetá
3. Estatuto Tributario del Municipio de Florencia.
4. Restrepo, Juan Camilo. Hacienda Pública, Editorial Universidad Externado de Colombia, Sexta edición, Bogotá. 2005.
5. Vasco Martínez, Rubén. Procedimiento Tributario, editorial Cijuf. Manizales 2006

Actividades:

- Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle

- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje
- Identificar los impuestos nacionales, departamentales y municipales que deberían tener en cuenta las empresas que participen en la ruta turística y argumentar cómo estos afectan las finanzas o proyección financiera de dichas organizaciones.

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. El análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales.

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto:

Identificar los impuestos nacionales, departamentales y municipales que tendrían que tener en cuenta las empresas que participen en la ruta turística y argumentar cómo estos afectan sus finanzas o proyección financiera de dichas organizaciones.

Informe ejecutivo con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 8 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica texto Argumentativo						
Criterio	Insatisfactorio	Mejorable	Aceptable	Bueno	Excelente	Puntuación
Título	El trabajo carece de título.	El título no es coherente con el contenido o es poco atractivo.	El título es poco original o no se relaciona de manera clara con el contenido.	El título tiene una relación clara con el contenido del trabajo.	Es llamativo, creativo y está estrechamente relacionado con el tema tratado.	

<p>Introducción</p>	<p>La introducción no presenta una relación clara con el tema o es poco atractiva para el lector.</p>	<p>La introducción no es clara y puede mejorar la forma de presentar la información.</p>	<p>Presenta información parcialmente pertinente y contextualizada.</p>	<p>Presenta información pertinente y contextualizada sobre el tema abordado.</p>	<p>Plantea de manera clara el tema y presenta información pertinente y contextualizada para captar la atención del lector. Incluye un recurso discursivo llamativo, como una afirmación fuerte o una pregunta.</p>	
<p>Tesis</p>	<p>El trabajo no presenta una tesis clara o no incluye una declaración de tesis.</p>	<p>La tesis es difícil de identificar en el texto o necesita una redacción más clara.</p>	<p>La tesis se propone, pero no se plantea de manera clara y precisa.</p>	<p>La tesis se presenta en un párrafo claro y comprensible.</p>	<p>La tesis está claramente identificada en la introducción o inmediatamente después de esta, y está redactada de forma precisa y concisa.</p>	
<p>Argumentos</p>	<p>Los argumentos no respaldan la tesis de manera adecuada y carecen de coherencia y evidencias sólidas.</p>	<p>Los argumentos no son totalmente pertinentes o carecen de una estructura lógica y evidencias sólidas.</p>	<p>Los argumentos son pertinentes para la tesis, pero pueden mejorarse en su desarrollo y apoyo con evidencias.</p>	<p>Los argumentos son pertinentes para la tesis y se presentan con claridad y coherencia.</p>	<p>Los argumentos son relevantes para la tesis y se presentan de manera clara. Están respaldados con evidencias sólidas (hechos, estadísticas, ejemplos, citas, etc.), incluyendo al menos tres fuentes.</p>	
<p>Conclusión</p>	<p>La conclusión no cumple con lo esperado para el texto o es inexistente.</p>	<p>La conclusión no es clara o no se relaciona adecuadamente con el desarrollo del trabajo.</p>	<p>La conclusión es aceptable, pero puede mejorar en su fuerza y relación con la tesis.</p>	<p>La conclusión deja al lector con una idea clara de la posición del autor.</p>	<p>La conclusión es fuerte y deja al lector con una clara idea de la posición del autor. Además, reitera la tesis de manera efectiva.</p>	
<p>Gramática, Ortografía y Puntuación</p>	<p>El texto tiene graves errores en gramática, ortografía, puntuación o edición, y no mantiene un registro académico.</p>	<p>El texto presenta varias falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.</p>	<p>El texto tiene algunas falencias en gramática, ortografía, puntuación o edición.</p>	<p>El texto tiene una adecuada gramática, ortografía, puntuación y edición.</p>	<p>El texto tiene una excelente gramática, ortografía, puntuación y edición. Además, mantiene un registro académico adecuado.</p>	

Fuentes de Información	No se cumple con lo exigido en las normas APA para citar fuentes o las fuentes no son creíbles.	No se presentan fuentes confiables o las citas tienen muchos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes parcialmente creíbles y las citas tienen algunos errores según las normas APA.	Se presentan fuentes y están citadas de acuerdo con las normas APA.	Todas las fuentes usadas son creíbles y están citadas correctamente según las normas APA.	
------------------------	---	--	---	---	---	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

MERCADEO CULTURAL Y TURÍSTICO

Temas y subtemas

INTRODUCCIÓN

El sector turístico en el mundo
 El sector turístico en Colombia
 Análisis del potencial turístico de una zona
 Los recursos turísticos
 Inventario de recursos turísticos

DESARROLLO RURAL Y TERRITORIO

El desarrollo rural, un proceso emergente
 Límites del espacio rural.
 Vínculos entre turismo y desarrollo rural
 Caracterización socio-demográfica de los espacios rurales
 Estructuras territoriales y turísticas en espacios rurales

CAMBIO CLIMÁTICO

Escenarios temporales e impactos ambientales, económicos y sociales: cómo evolucionará el clima
 Tipologías de impactos del turismo y repercusiones más allá del clima (material complementario de estudio obligatorio)

Escenarios temporales e impactos ambientales, económicos y sociales: algunos escenarios catastróficos

Subeje problémico: ¿Cómo diagnosticar el mercado en función de la cultura y las costumbres para la formulación de un proyecto de ruta turística regional?

Material didáctico de apoyo

- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). "Fundamentos de marketing". México: Pearson Educación.
- Cárdenas,k., Niño, P. A. E., González, N., Mogollón, M., & Pinzón, E. (2017). Plan de marketing en turismo de festividades en Colombia (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Peru (Peru).
- Beatriz, D. (2011). "Diseño de productos turísticos" Madrid: Ed: Síntesis.
- Ruano, C. y Sánchez, M. J. (2012) "Diseño de productos y servicios turísticos locales". Málaga. Ed: IC.
- Vera, F. (2011) (Coord). "Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos". Ed:Tirant lo Blanc.
- Godin, S. (2019) "Esto es Marketing". Alienta Editorial.
- Guissani, A. (2019) "Webmarketing. Definir, implementar y optimizar su estrategia digital". Eni. Editorial.

Actividades

Identificar y analizar los factores claves de éxito, tanto turísticos, económicos, culturales como sociales e históricos que debe tener en cuenta para la elección de una ruta turística a partir de los resultados obtenidos en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

- Analizar los elementos culturales que influyen en la formulación del proyecto de la ruta turística seleccionada.
- Analizar los elementos históricos que influyen en la formulación del proyecto de la ruta turística seleccionada.
- Analizar los elementos sociales que influyen en la formulación del proyecto de la ruta turística seleccionada.

Producto:

Informe ejecutivo con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 8 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque se echan en falta detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.

Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

INGLÉS I

Introducción

El dominio del inglés es esencial en el aprendizaje de marketing, especialmente cuando se formula un proyecto orientado a una ruta turística con un factor diferenciador. En un mundo globalizado, el inglés actúa como la lengua franca, facilitando la comunicación y la conexión con audiencias internacionales. Para los profesionales de marketing, utilizar el inglés permite acceder a una vasta cantidad de recursos, estudios de mercado, y tendencias globales que pueden enriquecer sus estrategias. Además, el inglés es fundamental para colaborar con socios internacionales, entender las dinámicas económicas globales y adaptar las estrategias locales a un contexto más amplio.

Cuando se desarrolla una ruta turística que articula el sistema productivo local, la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional, el inglés se convierte en una herramienta crucial. Permite a los profesionales de marketing presentar la propuesta a una audiencia global, atraer turistas extranjeros y establecer relaciones con operadores turísticos internacionales. Asimismo, el inglés facilita la comprensión de cómo integrar las tendencias globales con las características únicas de la región, creando así una oferta turística atractiva y competitiva. En resumen, el inglés no solo amplía las oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional en marketing, sino que también es clave para diseñar proyectos turísticos innovadores que resalten las riquezas locales en un mercado global.

Temas y subtemas

Capítulo I

Giving personal information
Introducing yourself and your friends
Expressing greetings and leave takings
Expressing possession.

Input
Verb to be.
Apostrophe
This, that, these, those.
Vocabulary: countries, everyday objects, plural nouns.

Capítulo II

Talking about their families
Talking about prices

Input
Questions, answers, affirmatives and negatives.
Possessives Adjectives
Vocabulary: Family members, adjectives, food, drinks

Capítulo III

Asking and giving information about work.
Giving opinions about jobs.
Telling the time.

Input
Simple present

Vocabulary: verbs, jobs, time.

Subeje problémico:

¿Cómo pueden los profesionales de marketing utilizar las habilidades del idioma inglés para desarrollar una atractiva ruta turística que integre los sistemas de producción locales, la cultura e historia regional, y las tendencias económicas internacionales?

Material didáctico de apoyo

Material Técnico en Inglés

- Marketing trends:
Davey, L. (s/f). *10 marketing trends to boost your business in 2024*. Shopify. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.shopify.com/blog/marketing-trends>
- Tourist Route:
Davey, L. (s/f). *10 marketing trends to boost your business in 2024*. Shopify. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.shopify.com/blog/marketing-trends>

Gramática

- Neil J. Anderson, ACTIVE SKILLS FOR READING.
- Neil J. Anderson, LAUNCH INTO READING.
- Farrall, C., & Lindsley, M, (2008). Professional English in Use. Cambridge University Press.

Enlaces de Práctica

- Demonstratives Adjectives:
Britishhousers. (s/f-b). *Demonstratives: This/that/these/those game*. Wordwall - Create Better Lessons Quicker. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/resource/8138085/demonstratives-this-that-these-those-game>
- Numbers:

English Numbers - Numbers Listening Exercises - ESL lessons for numbers. (s/f). Englishnumber.com. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <http://www.englishnumber.com/>

Numbers. (s/f). Gamestolearnenglish.com. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.gamestolearnenglish.com/numbers/>

- Personal information:

Personal Information Questions. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/15551957/personal-information-questions>

- Possessives adjectives:

Possessive adjectives: quiz. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/34668861/ingl%c3%a9s/possessive-adjectives-quiz>

A1. Possessive adjectives. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/37496497/ingl%c3%a9s/a1-possessive-adjectives>

- Present simple:

Present simple. (s/f). Gamestolearnenglish.com. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.gamestolearnenglish.com/present-simple/>

Present Simple practice. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/31790434/ingl%c3%a9s/present-simple-practice>

- Práctica vocabulario:

Home – speechace. (2022, junio 21). Speechace | Pronunciation and Fluency Assessment via Speech Recognition; Speechace. <https://www.speechace.com/>

- Verb to be:

Verb to be + , - , ? As fast as you can. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/31524948/ingl%c3%a9s/verb-to-be->

Oesalamanca, P. (s/f). Verb to be (practice). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/4531393/verb-to-be-practice>

Actividades

- Lee el material didáctico cargado en la plataforma Moodle y revisa los links de las páginas correspondientes a las actividades prácticas de vocabulario cotidiano, vocabulario técnico y gramática.
- Participa en el foro del primer momento de autoaprendizaje habilitado en la plataforma Moodle, dando respuesta argumentativa al sub-eje problémico, la interacción en este foro se tendrá en cuenta para la calificación del producto en la rúbrica de evaluación.
- Elabore un guión sobre las bondades y características de la región donde identificó la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos y realizar un video con imágenes alusivas a lo expresado en el guión.

Evaluación

- Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación en relación con el Sub-eje problémico y entrega del producto sobre las bondades y características de la región donde identificó la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Criterio de evaluación:
- Rúbrica del producto.

Producto

- Video en formato MP4 sobre las bondades y características de la región donde evidenció la oportunidad o problemática hallada en el espacio académico de Formulación de Proyectos. Incluir textos (inglés), imágenes y referencias de la información utilizada.
- **Fecha de envío: Hasta el 9 de Marzo de 2026.**

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Items	0 Puntos	1 punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos	5 puntos
Pronunciación	No Presenta	No pronuncia adecuadamente, no se comprende.	Su pronunciación resulta difícil de comprender.	Demuestra pronunciación comprensible pesar de no ser completamente clara.	Habla claramente la mayor parte del tiempo demuestra una pronunciación adecuada.	Habla claramente durante todo el tiempo y demuestra buena pronunciación.
Vocabulario	No Presenta	El vocabulario y entonación no es el pertinente ni adecuado.	El vocabulario utilizado en el desarrollo no es adecuado.	Usa vocabulario pertinente en algunas ocasiones.	Usa vocabulario pertinente durante la mayor parte del vídeo.	Usa vocabulario pertinente durante el desarrollo del vídeo.
Entonación	No Presenta	La entonación no permite entender el contenido.	No usa una entonación adecuada.	Utiliza la entonación acorde a lo que desea comunicar en algunas ocasiones.	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar la mayor parte del tiempo.	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar.
Gramática	No Presenta	No demuestra dominio de las estructuras gramaticales.	Raramente utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada algunas veces en el desarrollo del ejercicio.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada la mayor parte del tiempo.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada.

Contenido y Participación en el foro	No Presenta	No cumple lo solicitado en el producto.	La calidad del contenido es insuficiente y presenta parcialmente lo solicitado.	Se presentan de forma clara los temas, presentan medianamente relación con los abordados.	El tema es pertinente a lo visto en clases y al material didáctico entregado.	El tema es pertinente, de calidad y a lo visto en clases y al material didáctico entregado.
Presentación del producto y Referencias	No presenta	La presentación del producto es informal y no cita la información de forma correcta.	La presentación del producto carece de creatividad y las citas no están correctamente elaboradas.	La presentación del producto es parcialmente creativa y cita de forma incompleta la información utilizada.	La presentación del producto es creativa, llamativa y diferente. Además, cita correctamente la información utilizada.	La presentación del producto es excelente y llamativa. Cita de forma correcta la información utilizada.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	2.0 – 1.9
No entregó	0

Primer Momento de Interaprendizaje

Del 10 de Marzo al 06 de Abril de 2026

PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿Cómo formular un proyecto orientado a una RUTA TURÍSTICA, con un factor diferenciador, que permita articular el sistema productivo local o la cadena de valor, con la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional?

Actividades

Realizar un informe empresarial que contengan los siguientes elementos:

- Portada del informe que incluya los datos del estudiante y la actividad
- Tabla de contenido
- Introducción
- Narrativa de la problemática en el marco de internacionalización de servicios turísticos. texto, recursos multimedia, datos y análisis estadísticos. Árbol de problemas
- Árbol de objetivos de acuerdo al interés del árbol de problemas desarrollado anteriormente.
- Planteamiento de mínimo 3 alternativas de solución a la problemática planteada, coherente con los árboles de problemas y de objetivos.
- Seleccione y justifique una de las tres alternativas de solución a desarrollar en la siguiente parte del curso.

- Identificar los impuestos nacionales, departamentales y municipales que deberían tener en cuenta las empresas que participen en la ruta turística y argumentar cómo estos afectan sus finanzas o proyección financiera de dichas organizaciones.
- Describir una ruta o experiencia memorable que haya vivenciado en el departamento del Caquetá. Definir los elementos que marcaron en su recuerdo aquella actividad.
- Análisis geográfica, política, productiva, cultural e históricamente la región o el sector donde se desea realizar la ruta turística. Para ello se debe recrear inicialmente un mapa que muestre a su alrededor las bondades naturales, culturales, artificiales y productivas que permitan el desarrollo del turismo regional. Luego detallar textualmente cada elemento analizado. Explica y justificar con argumentos sólidos y reales la necesidad de desarrollar una ruta turística en el área anteriormente analizada. Para ello es importante considerar cifras o estadísticas de la zona puntualmente. Analizar demográfica, psicográfica, conductual y socioeconómicamente los segmentos o nichos que podrían ser parte del mercado potencial de la ruta turística que se desea proponer. Tener en cuenta que no es suficiente con el diagrama de Buyer Person, también se debe considerar un análisis textual de cada segmento o nicho.
- Analizar las buenas prácticas turísticas desarrolladas a nivel internacional (al menos 3 casos) de acuerdo con el problema u oportunidad identificado en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos. Verificar aciertos y desaciertos y comprender si es posible llevar a cabo dichas buenas prácticas en el contexto sobre el cual se desarrolla la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Identificar y analizar los factores claves de éxito, tanto turísticos, económicos, culturales como sociales e históricos que debe tener en cuenta para la elección de una ruta turística a partir de los resultados obtenidos en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos, es decir, Analizar los elementos culturales, históricas y sociales que influyen en la formulación del proyecto de la ruta turística seleccionada.

- Elabore un guión sobre las bondades y características de la región donde identificó la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos y realizar un video con imágenes alusivas a lo expresado en el guión.
- Bibliografía

Producto

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 12 páginas (sin incluir la portada).

Formato PDF. Nombre del archivo: INTER1 _ APELLIDOS DE CADA INTEGRANTE

- **Fecha de envío: Hasta el 06 de Abril de 2026.**

PRODUCTO PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica de informe empresarial					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, preciso y bien estructurado. Todos los aspectos clave del tema son abordados de manera efectiva y sustentada con datos y análisis relevantes.	El contenido del informe es bueno, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados o faltan algunas fuentes para respaldar las afirmaciones.	El contenido del informe es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o hay información poco relevante.	El contenido del informe es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados.	El informe carece de contenido relevante y coherente.

Análisis y Datos	El informe presenta un análisis exhaustivo y bien fundamentado de los datos recopilados. Se utilizan datos cuantitativos y cualitativos para respaldar las conclusiones.	El análisis y los datos presentados son buenos, aunque podrían ser más profundos o algunos datos pueden estar poco sustentados.	El análisis y datos presentados son aceptables, pero se requiere más profundidad y rigor en la interpretación.	El análisis y los datos presentados son deficientes y no respaldan adecuadamente las conclusiones.	El informe no presenta un análisis claro ni datos relevantes.
Estructura y Organización	El informe tiene una estructura clara y bien organizada, con secciones bien definidas y una secuencia lógica de ideas.	La estructura y organización del informe son buenas, aunque algunas secciones podrían mejorar la conexión entre sí.	La estructura y organización del informe son aceptables, pero hay desorden en algunas secciones.	La estructura y organización del informe son deficientes, dificultando la comprensión del contenido.	El informe carece de una estructura coherente y organización adecuada.
Estilo de Redacción	El informe tiene un estilo de redacción claro, preciso y profesional, con un lenguaje adecuado para el público objetivo.	El estilo de redacción del informe es bueno, aunque algunos párrafos pueden mejorar la claridad y fluidez.	El estilo de redacción del informe es aceptable, pero hay problemas de coherencia y fluidez en la redacción.	El estilo de redacción del informe es deficiente y afecta la comprensión del texto.	El informe tiene un estilo de redacción confuso y poco profesional.
Presentación Visual	La presentación visual del informe es excelente, con gráficos, tablas e imágenes claras y bien diseñadas que complementan la información.	La presentación visual del informe es buena, aunque algunos elementos visuales pueden mejorar su calidad.	La presentación visual del informe es aceptable, pero faltan algunos elementos visuales o no están bien integrados.	La presentación visual del informe es deficiente y dificulta la comprensión de los datos.	El informe no presenta una presentación visual adecuada.

Conclusiones y Recomendaciones	Las conclusiones del informe son claras, sólidas y están bien fundamentadas en el análisis presentado. Las recomendaciones son prácticas y viables.	Las conclusiones del informe son buenas, aunque podrían profundizarse más en algunos aspectos. Las recomendaciones son válidas, pero podrían ser más detalladas.	Las conclusiones del informe son aceptables, pero les falta contundencia y las recomendaciones son poco específicas.	Las conclusiones del informe son débiles y no están respaldadas por el análisis. Las recomendaciones son poco prácticas o inexistentes.	El informe no presenta conclusiones ni recomendaciones claras.
Cumplimiento de Objetivos	El informe cumple plenamente con los objetivos establecidos y responde adecuadamente a las preguntas planteadas.	El informe cumple con la mayoría de los objetivos establecidos, pero algunas áreas pueden mejorar.	El informe cumple parcialmente con los objetivos establecidos, dejando algunas áreas sin cubrir.	El informe no cumple con los objetivos establecidos y no aborda adecuadamente las preguntas planteadas.	El informe no presenta objetivos claros ni responde a las preguntas planteadas.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	3.0 – 1.9
No entregó	0

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 07 de Abril al 04 de Mayo de 2026

FORMULACIÓN DE PROYECTOS

Temas y subtemas

CAPÍTULO 3. ESTUDIOS EN LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS

1. Análisis Ambiental - Impactos
2. Análisis Social - Impactos

CAPÍTULO 4. EL ESTUDIO FINANCIERO

1. Análisis Financiero
2. Matriz de riesgos del proyecto

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Cómo formular un proyecto de una ruta turística desde el análisis de sus supuestos, riesgos, impactos sociales, impactos ambientales y análisis financiero así como las actividades que permitirán el éxito de la misma?

Material didáctico de apoyo

Aldunate E, Córdoba J, Formulación de programas con la metodología de marco lógico, Ilpes, Santiago de Chile, Julio 2011.

Betancourt, D. F. (23 de febrero de 2017). *Marco lógico: Definición, elaboración y ejemplo detallado*. Recuperado el 23 de enero de 2023, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/metodologia-marco-logico.

ORTEGON Edgar et. al. Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. CEPAL 2005. [fecha de consulta: 23 de enero de 2023]. Recuperado https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Actividades

Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle
Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto:

Describir las alternativas de solución y definir la alternativa a desarrollar, es decir, argumentar cuál es la ruta turística que van a proponer para TIF desde la formulación de los elementos de la matriz de marco lógico.

Entregables:

1. Matriz del marco lógico
2. Impacto social y ambiental
3. Análisis financiero (Evaluación financiera – VPN y TIR o Presupuesto de inversión).
4. Matriz de Riesgos

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 7 páginas (sin incluir la portada).

Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica documento					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque se echan en falta detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.

Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.
Gramática y Ortografía	El informe está escrito con una excelente gramática, ortografía y estilo. No hay errores significativos.	El informe tiene buenos estándares de gramática, ortografía y estilo, aunque pueden existir algunos errores menores.	El informe tiene falencias gramaticales, ortográficas o de estilo que afectan la fluidez de la lectura.	El informe presenta numerosos errores gramaticales, ortográficos o de estilo que dificultan la comprensión.	La falta de corrección gramatical y ortográfica hace que el informe sea difícil de leer.
Referencias y Citas	El informe incluye referencias y citas adecuadas según el formato de citación requerido (APA, MLA, etc.), con una amplia variedad de fuentes creíbles.	El informe contiene referencias y citas adecuadas, aunque podrían ser más completas o consistentes en el formato.	Las referencias y citas son limitadas o tienen errores que afectan la credibilidad del informe.	El informe no incluye referencias ni citas, o estas no cumplen con los estándares requeridos.	La falta de referencias y citas compromete seriamente la integridad del informe.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9

Deficiente	1.0 – 1,9
No entregó	0

MERCADEO Y ECONOMÍA INTERNACIONAL

Temas y subtemas

Modelo neoclásico de crecimiento de Solow-Swan

- Fundamentos
- Estado estacionario
- Crecimiento a lo largo del tiempo
- Progreso tecnológico
- Convergencia absoluta o condicional

Sistema comercial internacional: el GATT, OMC y OCDE

- La evolución del GATT a la OMC
- La estructura de la OMC
- El derecho sustantivo: principios básicos y acuerdos
- Los "agujeros" del sistema comercial de la OMC
- La cooperación económica: La OCDE
- Creación y evolución histórica
- Sistema Institucional
- Mandato
- Programas principales y líneas de actuación

SUB EJE PROBLÉMICO: ¿Cómo calcular el costo de oportunidad y el valor agregado de un proyecto de ruta turística regional?

Material didáctico de apoyo

- Calvo Hornero, A. (última edición). "Economía Internacional y Organismos Económicos Internacionales". Ed.: Universitaria Ramón Areces.
- Herdegen, M. (2012). "Derecho Económico Internacional". Ed.: Universidad del Rosario
- "Los organismos económicos internacionales y la pobreza", Luis Hernández Mendoza, Boletín económico de ICE
- "España y los organismos económicos internacionales", Félix Varela Parache, Manuel Varela Parache, Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, ISSN 0019-977X.
- "Los acuerdos regionales de integración, una alternativa de desarrollo", Manuela Tamayo Usme, Revista Ratio Juris, ISSN 1794-6638.
- "Multilateralismo y acuerdos comerciales regionales", Boletín económico de ICE.

Actividades

- leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro, el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales.

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto:

Calcular el costo de oportunidad y el valor agregado de la ruta turística, de acuerdo al impacto en sus grupos de interés desde la perspectiva económica, partiendo de la ruta elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 7 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica propuesta					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)

Claridad del Propósito	<p>La propuesta presenta un propósito claro, específico y bien definido. Los objetivos y metas son fácilmente comprensibles.</p>	<p>El propósito de la propuesta está bien expresado, pero podría ser más específico en algunos aspectos.</p>	<p>El propósito de la propuesta es adecuado, pero falta claridad en su definición.</p>	<p>El propósito de la propuesta es vago e impreciso, dificultando su comprensión.</p>	<p>No se identifica claramente el propósito de la propuesta.</p>
Contenido y Detalles	<p>La propuesta presenta un contenido completo y detallado. Se proporcionan argumentos sólidos y sustentados para respaldar la viabilidad y beneficios de la propuesta.</p>	<p>La mayoría de los detalles importantes están presentes, pero algunos aspectos podrían requerir mayor desarrollo o fundamentación.</p>	<p>La propuesta contiene información básica, pero carece de detalles significativos y evidencias sólidas.</p>	<p>La propuesta es superficial y no ofrece suficiente información o fundamentos para su evaluación adecuada.</p>	<p>La propuesta carece de contenido relevante y detalles significativos.</p>
Viabilidad	<p>La propuesta demuestra alta viabilidad y factibilidad. Se consideran los recursos necesarios y se proponen planes realistas para su implementación.</p>	<p>La propuesta es viable en general, pero algunos aspectos requieren mayor análisis y ajustes.</p>	<p>La viabilidad de la propuesta es cuestionable debido a la falta de consideración de algunos aspectos cruciales.</p>	<p>La propuesta parece poco realista y no se han tenido en cuenta factores importantes para su viabilidad.</p>	<p>La propuesta es claramente inviable y no se han considerado adecuadamente los recursos y requisitos necesarios.</p>
Impacto y Beneficios	<p>La propuesta muestra un alto impacto potencial y beneficios significativos para las partes interesadas. Se evidencia un análisis sólido de las ventajas de la propuesta.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son razonables, pero podrían ser más amplios o detallados.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son limitados y requieren mayor sustento.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son poco claros y no se han evaluado adecuadamente.</p>	<p>La propuesta no muestra impacto ni beneficios significativos.</p>

Presentación y Estructura	La propuesta está organizada de manera clara y coherente. Se presenta de forma profesional y atractiva, utilizando un lenguaje adecuado y sin errores.	La presentación y estructura de la propuesta son adecuadas, aunque algunos aspectos podrían mejorarse.	La presentación y estructura de la propuesta son aceptables, pero se necesita una mayor atención a la organización y el estilo.	La propuesta es desorganizada y la presentación no es profesional. Hay muchos errores gramaticales y de estilo.	La propuesta está mal presentada y es difícil de seguir debido a graves problemas de estructura y lenguaje.
----------------------------------	--	--	---	---	---

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	2.0 – 1,9
No entregó	0

PLAN DE MERCADEO

Temas y subtemas

UNIDAD III – Diseño estratégico

- Objetivos SMART
- Tipos de estrategias
- Estrategias convencionales
- Estrategias para plataformas digitales
- Validación estratégica
- Estrategias, tácticas y políticas

UNIDAD IV – Seguimiento y elaboración del plan

- Monitoreo y control
- Diseño de indicadores
- Plan de acción y presupuesto
- Sistemas de seguimiento
- Modificaciones del plan de mercadeo
- Contenido del plan de mercadeo
- Redacción y estilo para el diseño del plan

Subeje problemático

¿Cómo formular estrategias para un proyecto de ruta turística como alternativa a alguna problemática regional?

Material didáctico de apoyo

Libro Plan de marketing (Leer capítulos IV, V, VI, VII, VIII, IX)

<https://drive.google.com/file/d/118mSKbNh64kvBxl-Jn5SGCxMSqcTSRD2/view?usp=sharing>

Actividades

Construir un documento que contenga los siguientes elementos o aspectos, partiendo de la ruta turística creada o mejorado en el momento colaborativo:

- Descripción a detalle del modelo de negocio de la ruta turística creada o mejorada.
- ESCENARIO 1: diseñar una estrategia con nombre propio, actividades, responsables, tiempos, indicadores y medios de verificación para CONSEGUIR clientes nuevos para la ruta. (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas).
- ESCENARIO 2: Adicional a ellos van a diseñar otra estrategia con nombre, actividades, responsables, indicadores y medios de verificación que permita FIDELIZAR los clientes actuales (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas).
- ESCENARIO 3: Finalmente van a diseñar otra estrategia con nombre, actividades, responsables, indicadores y medios de verificación para la RECUPERACIÓN de los clientes que no hayan regresado o adquirido el servicio de la ruta por una mala experiencia en el desarrollo de la misma especialmente porque no les mantuvieron los precios que decían en la publicidad en redes sociales y porque al desarrollar la ruta sintieron que su vida estuvo en riesgo (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas).

Defina las conclusiones de cada estrategia y formule algunas recomendaciones para la implementación de estas.

NOTA 1: Utilice imágenes o figuras para hacer más amena la lectura del documento. Que no sea solo texto. Por ejemplo, en consecución de clientes si van a hacer una estrategia de marketing digital pues muestren parte de esos contenidos de la estrategia.

NOTA 2: Las estrategias deben ser condicionadas al contexto de cada ruta y siempre pensando en la LIMITACIÓN DE RECURSOS, como dicen los financieros en todas las empresas “no hay plata”.

Producto: Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 7 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de informe empresarial					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, preciso y bien estructurado. Todos los aspectos clave del tema son abordados de manera efectiva y sustentada con datos y análisis relevantes.	El contenido del informe es bueno, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados o faltan algunas fuentes para respaldar las afirmaciones.	El contenido del informe es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o hay información poco relevante.	El contenido del informe es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados.	El informe carece de contenido relevante y coherente.

Análisis y Datos	El informe presenta un análisis exhaustivo y bien fundamentado de los datos recopilados. Se utilizan datos cuantitativos y cualitativos para respaldar las conclusiones.	El análisis y los datos presentados son buenos, aunque podrían ser más profundos o algunos datos pueden estar poco sustentados.	El análisis y datos presentados son aceptables, pero se requiere más profundidad y rigor en la interpretación.	El análisis y los datos presentados son deficientes y no respaldan adecuadamente las conclusiones.	El informe no presenta un análisis claro ni datos relevantes.
Estructura y Organización	El informe tiene una estructura clara y bien organizada, con secciones bien definidas y una secuencia lógica de ideas.	La estructura y organización del informe son buenas, aunque algunas secciones podrían mejorar la conexión entre sí.	La estructura y organización del informe son aceptables, pero hay desorden en algunas secciones.	La estructura y organización del informe son deficientes, dificultando la comprensión del contenido.	El informe carece de una estructura coherente y organización adecuada.
Conclusiones y Recomendaciones	Las conclusiones del informe son claras, sólidas y están bien fundamentadas en el análisis presentado. Las recomendaciones son prácticas y viables.	Las conclusiones del informe son buenas, aunque podrían profundizarse más en algunos aspectos. Las recomendaciones son válidas, pero podrían ser más detalladas.	Las conclusiones del informe son aceptables, pero les falta contundencia y las recomendaciones son poco específicas.	Las conclusiones del informe son débiles y no están respaldadas por el análisis. Las recomendaciones son poco prácticas o inexistentes.	El informe no presenta conclusiones ni recomendaciones claras.
Cumplimiento de Objetivos	El informe cumple plenamente con los objetivos establecidos y responde adecuadamente a las preguntas planteadas.	El informe cumple con la mayoría de los objetivos establecidos, pero algunas áreas pueden mejorar.	El informe cumple parcialmente con los objetivos establecidos, dejando algunas áreas sin cubrir.	El informe no cumple con los objetivos establecidos y no aborda adecuadamente las preguntas planteadas.	El informe no presenta objetivos claros ni responde a las preguntas planteadas.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

ADMINISTRACIÓN DE IMPUESTOS

Temas y subtemas

- Determinación del tributo por parte de la DIAN
- La Fiscalización en la DIAN. DPTO y MCPIO
- Proceso de discusión del Impuesto
- Régimen sancionatorio
- Régimen Probatorio
- Proceso administrativo de cobro
- Planeación tributaria Evaluación final

SUBEJE PROBLÉMICO: ¿Cómo analizar la información contable y financiera para tomar decisiones tributarias acertadas en proyecto de ruta turística?

Material didáctico de apoyo

1. Ley 1429 de diciembre 29 de 2010. Formalización y primer empleo
2. Ley 1430 de diciembre 29 de 2010. Reforma Tributaria
3. Cartilla Impuesto de Renta y complementarios. Legis 2011
4. Cartilla Renta y complementarios DIAN 2011
5. Cartilla IVA y Retención en la fuente DIAN 2011
6. Fuentes electrónicas: www.secretariasenado.gov.co, www.gerencie.com, www.kmpg.org

Actividades

- Leer el material didáctico ubicado en la plataforma Moodle
- Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje
- Actuar como una agencia de viajes que promocionará la ruta turística elegida en la actividad autónoma No. 2 del espacio académico de Formulación de Proyectos y Realizar una proyección financiera del primer año para el desarrollo de esa ruta.

Evaluación: se toma como referencia de evaluación la participación y las réplicas del foro académico. el análisis y utilización de los conceptos explicados en las sesiones virtuales y presenciales

Criterios de evaluación: Comprensión, análisis y utilización de los conceptos explicados y desarrollados en el foro, y en las sesiones virtuales y presenciales

Producto:

Proyección financiera del primer año para el desarrollo de la ruta turística que incluya la gestión tributaria.

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 7 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de informe analítico					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Muy Bueno (4 puntos)	Bueno (3 puntos)	A mejorar (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Comprensión del Tema	El informe muestra una comprensión profunda y precisa del tema, con una clara identificación de los problemas o cuestiones clave a analizar.	El informe demuestra una buena comprensión del tema, aunque podría profundizar más en algunos aspectos.	El informe muestra una comprensión adecuada del tema, pero podría ser más detallado en ciertos aspectos.	El informe tiene lagunas importantes en su comprensión del tema.	El informe muestra una falta de comprensión del tema.
Análisis y Argumentación	El informe presenta un análisis exhaustivo y riguroso de los datos y evidencias recopiladas, respaldado por argumentos lógicos y bien fundamentados.	El informe incluye un análisis sólido de los datos y evidencias, aunque podría profundizar en algunos aspectos o conectar mejor los argumentos.	El informe ofrece un análisis básico de los datos y evidencias, pero podría ser más sustentado y profundo.	El análisis en el informe es superficial o incoherente.	No se presenta análisis ni argumentación en el informe.
Uso de Fuentes y Citas	El informe utiliza una amplia gama de fuentes relevantes, confiables y actualizadas, y todas las citas están adecuadamente referenciadas según las normas establecidas.	El informe utiliza fuentes pertinentes y confiables, aunque podría haber una mayor diversidad o precisión en las citas.	El informe utiliza fuentes limitadas o poco relevantes, y las citas pueden tener problemas de precisión o referencia.	El informe se basa en fuentes poco confiables o no cita adecuadamente las fuentes utilizadas.	No se presentan fuentes ni citas en el informe.

Estructura y Organización	El informe sigue una estructura clara y coherente, con una introducción, desarrollo y conclusiones bien definidos. Los párrafos y secciones están bien conectados.	El informe tiene una estructura adecuada, pero podría mejorar la cohesión y la conexión entre las secciones.	El informe tiene una estructura básica, pero le falta fluidez en la presentación y organización de las ideas.	La estructura del informe es confusa o inadecuada, dificultando la comprensión.	El informe carece de una estructura definida.
Redacción y Estilo	El informe está redactado con claridad, precisión y coherencia, utilizando un lenguaje técnico y apropiado para el público objetivo.	El informe está redactado de manera comprensible, aunque podría mejorar en su estilo y expresión.	El informe tiene algunos problemas de redacción y estilo, lo que dificulta la comprensión.	La redacción en el informe es confusa o inapropiada para el tema.	La redacción es incomprensible y no sigue las normas de estilo.
Reflexiones y Conclusiones	El informe presenta reflexiones claras y fundamentadas sobre los hallazgos del análisis, ofreciendo conclusiones sólidas y bien respaldadas.	El informe ofrece algunas reflexiones y conclusiones, aunque podrían ser más profundas y elaboradas.	El informe tiene reflexiones y conclusiones limitadas o poco sustentadas.	El informe carece de reflexiones y conclusiones significativas.	No se presentan reflexiones ni conclusiones en el informe.
Originalidad e Innovación	El informe muestra un enfoque original e innovador en el análisis y las conclusiones, aportando nuevas perspectivas al tema.	El informe presenta algunas ideas originales o innovadoras, pero podría haber más creatividad en el enfoque.	El informe tiene pocas ideas originales o innovadoras, y su enfoque es convencional.	El informe carece de originalidad o enfoque innovador.	El informe es un trabajo totalmente convencional sin aportes originales.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

MERCADEO CULTURAL Y TURÍSTICO

Temas y subtemas

CREACIÓN Y PRODUCTOS

Que es un producto turístico
Tipos de productos turísticos.
Diferencia entre recursos turísticos y productos turísticos.
Desarrollo local y turismo
Políticas instrumentales de desarrollo local.

INNOVACIÓN Y MODELOS DE FINANCIACIÓN

Las fintech
Crowdfunding
Crowdfunding y turismo

TURISMO COLABORATIVO Y RETRO

El turismo colaborativo en el nuevo entorno P2P
Turismo colaborativo y alojamiento turístico
Turismo colaborativo y experiencias turísticas
Entorno y delimitación conceptual del turismo retro y genealógico
El retromarketing en el marco del turismo experiencial.

Subeje problemático

¿Cómo definir propuesta de valor y elementos estratégicos para la promoción de un proyecto de ruta turística regional?

Material didáctico de apoyo

- Kotler, P. (2020) "Marketing 4.0 transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital". Lid Editorial.
- Matilla García, M. (2020) "Análisis de datos y predicción para turismo" Ed: Mc Graw Hill Interamericana.
- Sancho Pérez, A. (2001) "Apuntes de metodología de la investigación en turismo", Ed: Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Martín Duque, C. & Figuerola Palomo, M. (2019). Modelos de gestión e innovación en turismo (1a ed.). Aranzadi.
- Ruano, C. y Sánchez, M. J. (2012) Diseño de productos y servicios turísticos locales. Málaga. Ed. IC Editorial.

Vera, F. (2011) (Coord). Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Valencia. Ed. Tirant lo Blanch.

Actividades

Leer el material didáctico de la plataforma moodle.
 Participar en el foro del primer momento de autoaprendizaje

Producto

Definir la Propuesta de valor y diseño de la ruta turística (todas sus actividades misionales, valores, actividades de apoyo, plan de acción, y demás) de acuerdo a la alternativa elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 7 páginas (sin incluir la portada).

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica de evaluación					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Análisis de Mercado	El plan presenta un análisis de mercado exhaustivo y bien fundamentado, que demuestra una comprensión profunda del mercado objetivo, la competencia y las tendencias relevantes.	El plan incluye un análisis de mercado sólido, aunque podría ser más detallado en algunos aspectos. Demuestra una buena comprensión del mercado objetivo y la competencia.	El plan presenta un análisis de mercado básico, pero hay algunos puntos que necesitan más desarrollo. Demuestra una comprensión adecuada del mercado objetivo y la competencia.	El plan incluye un análisis de mercado insuficiente y con lagunas importantes. No demuestra una comprensión clara del mercado objetivo y la competencia.	El plan no presenta un análisis de mercado o es tan escaso que no aporta información relevante.

<p>Objetivos de Mercadeo</p>	<p>Los objetivos de mercadeo están claramente definidos, son medibles, alcanzables, realistas y se relacionan directamente con la estrategia general de la empresa.</p>	<p>Los objetivos de mercadeo están bien definidos, aunque podrían ser más específicos y medibles. Están en línea con la estrategia general de la empresa.</p>	<p>Los objetivos de mercadeo son aceptables, pero necesitan mayor claridad y especificidad. Se relacionan en cierta medida con la estrategia general de la empresa.</p>	<p>Los objetivos de mercadeo son poco claros o poco medibles. No están bien alineados con la estrategia general de la empresa.</p>	<p>El plan no incluye objetivos de mercadeo o son tan vagos que no pueden ser evaluados.</p>
<p>Estrategia de Mercadeo</p>	<p>La estrategia de mercadeo propuesta es innovadora, creativa y está respaldada por el análisis realizado. Es clara, coherente y responde adecuadamente a los objetivos establecidos.</p>	<p>La estrategia de mercadeo es sólida y se relaciona con el análisis realizado, aunque podrían incluirse más detalles y ejemplos para su implementación.</p>	<p>La estrategia de mercadeo es adecuada, pero necesita mayor desarrollo y especificidad. Algunos aspectos no están completamente respaldados por el análisis.</p>	<p>La estrategia de mercadeo es poco clara y presenta incongruencias con el análisis realizado. No se relaciona adecuadamente con los objetivos establecidos.</p>	<p>El plan no presenta una estrategia de mercadeo o es tan confusa que no se puede entender.</p>
<p>Acciones y Plan de Implementación</p>	<p>El plan detalla claramente las acciones específicas que se llevarán a cabo, el cronograma y los responsables. Se incluyen recursos y presupuestos para cada acción.</p>	<p>El plan incluye acciones y un cronograma, pero podrían ser más detallados y específicos. Se mencionan algunos recursos y presupuestos, pero faltan detalles.</p>	<p>El plan presenta acciones vagamente definidas y el cronograma es poco claro. No se incluyen suficientes detalles sobre recursos y presupuestos.</p>	<p>Las acciones propuestas son insuficientes y el cronograma no está bien definido. No se incluyen recursos ni presupuestos.</p>	<p>El plan no presenta acciones concretas ni plan de implementación.</p>

Evaluación y Control	El plan incluye indicadores clave de desempeño (KPIs) bien definidos y realistas para medir el éxito de las acciones de mercadeo. Se proponen mecanismos para el seguimiento y control del plan.	El plan incluye KPIs, pero podrían ser más específicos y medibles. Se mencionan algunos mecanismos de seguimiento y control.	El plan presenta KPIs vagos o poco medibles. Los mecanismos de seguimiento y control son insuficientes.	No se incluyen KPIs para evaluar el éxito del plan de mercadeo. No se proponen mecanismos de seguimiento y control.	El plan no contempla evaluación ni control del plan de mercadeo.
Presentación y Calidad del Informe	El plan está presentado de manera profesional, con un informe claro, organizado y visualmente atractivo. Se incluyen gráficos, tablas y apéndices para respaldar la información.	El plan tiene una presentación aceptable, pero podría mejorarse en términos de claridad y calidad visual. Se incluyen algunos elementos visuales para respaldar la información.	El plan presenta deficiencias en su presentación, con una estructura desorganizada y poco atractiva visualmente. Se incluyen pocos o ningún elemento visual.	La presentación del plan es deficiente y dificulta la comprensión de la información. No se incluyen elementos visuales para respaldar la información.	El plan no presenta una presentación adecuada ni elementos visuales.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

INGLÉS I

Temas y subtemas

Capítulo IV

Asking and giving information about hobbies and daily activities.
Saying social expressions

Input
Simple present
Verbs, leisure activities, seasons, social expressions.

Capítulo V

Asking and giving information where you live.
Asking for and giving directions.

Input
There is, there are
Prepositions of place, some, any.
Vocabulary: parts of the house, house objects, places.

Capítulo VI

Asking for and giving information about the place you are from.
Expressing abilities

Input
Can-can't
Was, were, could.
Countries, nationalities, verbs.

Subeje problémico:

¿Cómo diseñar una estrategia didáctica y lúdica que permita a los empresarios y colaboradores mejorar sus competencias en el idioma inglés, enfocando sus esfuerzos en potencializar los espacios de la ruta turística de una región específica, integrando el sistema productivo local, la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional?

Material didáctico de apoyo

Material técnico en inglés:

- Improve your business language skills.

(c) Copyright skillsyouneed.com 2011-. (s/f). *Improve your business language skills*. Skillsyouneed.com. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/business-language-skills.html>

- What is a SWOT analysis:
Schooley, S. (2019, junio 23). *What is a SWOT analysis? How to use it for business*. Business News Daily; businessnewsdaily.com. <https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>

Gramática:

- Neil J. Anderson, ACTIVE SKILLS FOR READING.
- Neil J. Anderson, LAUNCH INTO READING.
- Farral, C., & Lindsle, M. (2008). *Professional English In Use*. Cambridge university press

Enlaces de práctica:

- Asking and giving directions:
English Speaking Exercises for A1 - Asking for and giving directions - ESL Tasks. (s/f). Englishworksheets.net. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de https://englishworksheets.net/practice/a1_s-asking-4-n-giving-directions.html
Missgisela, P. (s/f). *Giving Directions!* Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/6601851/giving-directions>
- Can - Can't
Can/cant, P. E. (s/f). *Can/can't*. Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/15551785/can-cant>
- Past simple Was-Were
Game simple past: Was/were. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de mayo de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/35614863/ingl%c3%a9s/game-simple-past-was-were>
- Rutina diaria
Reading 13 - My daily routine (Nivel básico). (2023, julio 19). Ejercicios inglés online. <https://www.ejerciciosinglesonline.com/reading-13-beginners/>

Actividades

- Leer el material didáctico cargado en la plataforma Moodle.

- Participar en el foro del segundo momento de autoaprendizaje habilitado en la plataforma Moodle, dando respuesta argumentativa al sub-eje problémico.
- Diseñar una Estrategia didáctica y lúdica para fortalecer las competencias en el idioma inglés de los empresarios y colaboradores que participarán con sus empresas en la ruta turística elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.

Producto

- Presentar en un video formato MP4 la estrategia didáctica y lúdica para fortalecer las competencias en el idioma inglés de los empresarios y colaboradores de las empresas participantes en la ruta turística diseñada.

Evaluación

- Criterios de evaluación: Participación en el foro, nivel de argumentación.
- Criterio de evaluación.
- Rúbrica del producto.
- Entrega del producto: Formato Mp4, con la siguiente nomenclatura: PPM1_Nombredel estudiante. –
- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Items	0 puntos	1 punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos	5 puntos
Vocabulario y Entonación	No Presenta.	El vocabulario y entonación no es el pertinente ni adecuado.	El vocabulario utilizado en el desarrollo no es adecuado. No usa una entonación adecuada.	Usa vocabulario pertinente en algunas ocasiones. Utiliza la entonación acorde a lo que desea comunicar en algunas ocasiones.	Usa vocabulario pertinente durante la mayor parte del vídeo. Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar la mayor parte del tiempo.	Usa vocabulario pertinente durante el desarrollo del vídeo. Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar.
Gramática	No Presenta	No demuestra dominio de las estructuras gramaticales.	Raramente utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada algunas veces en el desarrollo del ejercicio.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada la mayor parte del tiempo.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada.
Pronunciación	No Presenta	No pronuncia adecuadamente, no se comprende.	Su pronunciamiento resulta difícil de comprender.	Demuestra pronunciamiento comprensible a pesar de no ser completamente claro.	Habla claramente la mayor parte del tiempo y demuestra una pronunciación adecuada.	Habla claramente durante todo el tiempo y demuestra buena pronunciación.
Contenido y Participación de foros.	No Presenta	No cumple lo solicitado en el producto.	La calidad del contenido es insuficiente y presenta parcialmente lo solicitado.	Se presentan de forma clara los temas, presentan medianamente relación con los abordados.	El tema es pertinente a lo visto en clases y al material didáctico entregado.	El tema es pertinente, de calidad y a lo visto en clases y al material didáctico entregado.

Presentación visual, Originalidad y creatividad (Diseño, uso de imágenes, textos y colores)	No Presenta	No hay recursos visuales.	Los recursos visuales empleados no son pertinentes ni armónicos.	Los recursos visuales son armónicos pero no son pertinentes.	Los recursos visuales son pertinentes pero no son armónicos.	Los recursos visuales empleados son pertinentes y armónicos. Se logra enfatizar los temas.
--	-------------	---------------------------	--	--	--	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	2.0 – 1.9
No entregó	0

Segundo Momento de Trabajo Colaborativo

Desde el 05 al 31 de mayo de 2026

SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿Cómo formular un proyecto orientado a una RUTA TURÍSTICA, con un factor diferenciador, que permita articular el sistema productivo local o la cadena de valor, con la cultura, la historia regional y las nuevas dinámicas de la economía internacional?

Actividades

Realizar un informe empresarial que contengan los siguientes elementos:

- Portada del informe que incluya los datos del estudiante y la actividad
- Tabla de contenido
- Introducción
- Narrativa de la problemática en el marco de internacionalización de servicios turísticos. texto, recursos multimedia, datos y análisis estadísticos. Árbol de problemas
- Árbol de objetivos de acuerdo con el interés del árbol de problemas desarrollado anteriormente.
- Planteamiento de mínimo 3 alternativas de solución a la problemática planteada, coherente con los árboles de problemas y de objetivos.
- Seleccione y justifique una de las tres alternativas de solución a desarrollar en la siguiente parte del curso.
- Identificar los impuestos nacionales, departamentales y municipales que deberían tener en cuenta las empresas que participen en la ruta turística

y argumentar cómo estos afectan sus finanzas o proyección financiera de dichas organizaciones.

- Describir una ruta o experiencia memorable que haya vivenciado en el departamento del Caquetá. Definir los elementos que marcaron en su recuerdo aquella actividad.
- Análisis geográfica, política, productiva, cultural e históricamente la región o el sector donde se desea realizar la ruta turística. Para ello se debe recrear inicialmente un mapa que muestre a su alrededor las bondades naturales, culturales, artificiales y productivas que permitan el desarrollo del turismo regional. Luego detallar textualmente cada elemento analizado. Explica y justificar con argumentos sólidos y reales la necesidad de desarrollar una ruta turística en el área anteriormente analizada. Para ello es importante considerar cifras o estadísticas de la zona puntualmente. Analizar demográfica, psicográfica, conductual y socioeconómicamente los segmentos o nichos que podrían ser parte del mercado potencial de la ruta turística que se desea proponer. Tener en cuenta que no es suficiente con el diagrama de Buyer Person, también se debe considerar un análisis textual de cada segmento o nicho.
- Analizar las buenas prácticas turísticas desarrolladas a nivel internacional (al menos 3 casos) de acuerdo con el problema u oportunidad identificado en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos. Verificar aciertos y desaciertos y comprender si es posible llevar a cabo dichas buenas prácticas en el contexto sobre el cual se desarrolla la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Identificar y analizar los factores claves de éxito, tanto turísticos, económicos, culturales como sociales e históricos que debe tener en cuenta para la elección de una ruta turística a partir de los resultados obtenidos en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Elabore un guión sobre las bondades y características de la región donde identificó la problemática u oportunidad evidenciada en el primer momento autónomo del espacio académico de Formulación de

Proyectos y realizar un video con imágenes alusivas a lo expresado en el guión.

- Describir las alternativas de solución y definir la alternativa a desarrollar, es decir, argumentar cuál es la ruta turística que van a proponer para TIF desde la formulación de los elementos de la matriz de marco lógico.
- Matriz del marco lógico
- Impacto social y ambiental
- Análisis financiero (Evaluación financiera – VPN y TIR o Presupuesto de inversión).
- Matriz de Riesgos
- Definir la Propuesta de valor y diseño de la ruta turística (todas sus actividades misionales, valores, actividades de apoyo, plan de acción, y demás) de acuerdo a la alternativa elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Descripción a detalle del modelo de negocio de la ruta turística creada o mejorada. •ESCENARIO 1: diseñar una estrategia con nombre propio, actividades, responsables, tiempos, indicadores y medios de verificación para CONSEGUIR clientes nuevos para la ruta. (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas). •ESCENARIO 2: Adicional a ellos van a diseñar otra estrategia con nombre, actividades, responsables, indicadores y medios de verificación que permita FIDELIZAR los clientes actuales (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas). •ESCENARIO 3: Finalmente van a diseñar otra estrategia con nombre, actividades, responsables, indicadores y medios de verificación para la RECUPERACIÓN de los clientes que no hayan regresado o adquirido el servicio de la ruta por una mala experiencia en el desarrollo de la misma especialmente porque no les mantuvieron los precios que decían en la publicidad en redes sociales y porque al desarrollar la ruta sintieron que su vida estuvo en riesgo (tres párrafos o más cada uno de 8 líneas).
- Calcular el costo de oportunidad y el valor agregado de la ruta turística, de acuerdo con su impacto en sus grupos de interés desde la perspectiva económica, partiendo de la ruta elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Actuar como una agencia de viajes que promocionará la ruta turística elegida en la actividad autónoma No. 2 del espacio académico de Formulación de Proyectos y Realizar una proyección financiera del primer año para el desarrollo de esa ruta.

- Diseñar una Estrategia didáctica y lúdica para fortalecer las competencias en el idioma inglés de los empresarios y colaboradores que participarán con sus empresas en la ruta turística elegida en el segundo momento autónomo del espacio académico de Formulación de Proyectos.
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía

Producto

Informe empresarial con aplicación de Normas APA, Tipo de letra Time New Roman, Tamaño 12, Interlineado 1,5. Mínimo 12 páginas (sin incluir la portada).

Formato PDF. Nombre del archivo: INTER2 _ APELLIDOS DE CADA INTEGRANTE

- **Fecha de envío: Hasta el 29 de mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica propuesta					
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Claridad del Propósito	La propuesta presenta un propósito claro, específico y bien definido. Los objetivos y metas son fácilmente comprensibles.	El propósito de la propuesta está bien expresado, pero podría ser más específico en algunos aspectos.	El propósito de la propuesta es adecuado, pero falta claridad en su definición.	El propósito de la propuesta es vago e impreciso, dificultando su comprensión.	No se identifica claramente el propósito de la propuesta.

<p>Contenido y Detalles</p>	<p>La propuesta presenta un contenido completo y detallado. Se proporcionan argumentos sólidos y sustentados para respaldar la viabilidad y beneficios de la propuesta.</p>	<p>La mayoría de los detalles importantes están presentes, pero algunos aspectos podrían requerir mayor desarrollo o fundamentación.</p>	<p>La propuesta contiene información básica, pero carece de detalles significativos y evidencias sólidas.</p>	<p>La propuesta es superficial y no ofrece suficiente información o fundamentos para su evaluación adecuada.</p>	<p>La propuesta carece de contenido relevante y detalles significativos.</p>
<p>Viabilidad</p>	<p>La propuesta demuestra alta viabilidad y factibilidad. Se consideran los recursos necesarios y se proponen planes realistas para su implementación.</p>	<p>La propuesta es viable en general, pero algunos aspectos requieren mayor análisis y ajustes.</p>	<p>La viabilidad de la propuesta es cuestionable debido a la falta de consideración de algunos aspectos cruciales.</p>	<p>La propuesta parece poco realista y no se han tenido en cuenta factores importantes para su viabilidad.</p>	<p>La propuesta es claramente inviable y no se han considerado adecuadamente los recursos y requisitos necesarios.</p>
<p>Impacto y Beneficios</p>	<p>La propuesta muestra un alto impacto potencial y beneficios significativos para las partes interesadas. Se evidencia un análisis sólido de las ventajas de la propuesta.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son razonables, pero podrían ser más amplios o detallados.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son limitados y requieren mayor sustento.</p>	<p>Los impactos y beneficios de la propuesta son poco claros y no se han evaluado adecuadamente.</p>	<p>La propuesta no muestra impacto ni beneficios significativos.</p>
<p>Presentación y Estructura</p>	<p>La propuesta está organizada de manera clara y coherente. Se presenta de forma profesional y atractiva, utilizando un lenguaje adecuado y sin errores.</p>	<p>La presentación y estructura de la propuesta son adecuadas, aunque algunos aspectos podrían mejorarse.</p>	<p>La presentación y estructura de la propuesta son aceptables, pero se necesita una mayor atención a la organización y el estilo.</p>	<p>La propuesta es desorganizada y la presentación no es profesional. Hay muchos errores gramaticales y de estilo.</p>	<p>La propuesta está mal presentada y es difícil de seguir debido a graves problemas de estructura y lenguaje.</p>

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 - 2,9
Deficiente	1.0 1.0- 1,9
No entregó	0

SUSTENTACIÓN TRABAJO INTEGRADO FINAL

(06 y 07 de junio de 2026)

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, G. & Kotler, P. (2013). Fundamentos de marketing. Pearson.
- Brunetta, Hugo (2016) CRM, la guía definitiva: estrategia de gerenciamiento de la relación con los clientes Pluma Digital Ediciones
- G. J. Tellis, I. Redondo (2002). ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.
- Guía para el desarrollo de negocios verdes en la jurisdicción de CORPOGUAVIO
- J.E Prieto, (2010). Merchandising y la seducción en el punto de venta. ECOE Ediciones
- KINNEAR, T.C. y TAYLOR, J.R. (1989): Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado, McGraw-Hill, Bogotá (Colombia).
- KINNEAR, T.C. y TAYLOR, J.R. (1989): Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado, McGraw-Hill, Bogotá (Colombia).
- Ley 1014/2005. Ley de fomento a la cultura de Emprendimiento.
- Ley 344/1996. Ley de Desarrollo Tecnológico y la Innovación. Exposiciones
- Ley 905 de 2004. Por la cual se modifica la ley MIPYMES. Exposiciones.
- LUQUE, T. et ali. (2000): Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Pirámide Madrid
- Manual técnico de cadenas de valor de Negocios Verdes
- Mauricio Ortiz Velásquez - Domingo Jaime González Ortiz - Mario Giraldo Oliveros (2014) Marketing: conceptos y aplicaciones. Edt. universidad del norte
- Palomares, R. (2011). Merchandising: Teoría, práctica y estrategia. (2ª Ed.). Madrid: Esic Editores.
- Pinto, J. (1999). Exhibición comercial y Merchandising (SENA)
- Salen, H. (1994). Los secretos del merchandising activo. Prentice Hall.
- Torres T, Luis, A. (2013) Huellas Empresariales Caquetenas. Impresora Feriva. Cali, Colombia.
- Varela, Rodrigo. (2008) Innovación empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Editorial, Pearson, Educación.

Varela, Rodrigo. Innovación empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Editorial, Pearson, Educación.