

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
LICENCIATURA EN TURISMO**

DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO

DATOS GENERALES:

Departamento: Turismo
Año Académico: 2019
Carrera: Licenciatura en Turismo
Espacio curricular: Diseño de Producto Turístico
Área a la que pertenece: Turismo y Gestión
Año en que se cursa: 4°
Régimen: Semestral
Carácter: Obligatorio
Carga horaria total: 84 hs
Carga horaria semanal: 6 hs
Espacio curricular correlativo: --
Equipo de cátedra:
Titular: Marcelo Reynoso
J.T.P.: Carolina Espresatti

FUNDAMENTACIÓN:

Es imprescindible para la formación de los profesionales en turismo, el conocimiento práctico de lo que sucede con las tendencias de la actividad y sus movimientos de transformación, dadas las características del rápido cambio que presenta frente a las motivaciones de la demanda.

La mayoría de los destinos turísticos consolidados y emergentes, observan como necesidad primaria la adaptabilidad de manera de ajustar su oferta a los movimientos y preferencias del mercado.

A su vez, se hace indispensable el reconocimiento y valoración de los recursos propios para establecer la adaptabilidad posible. De esta manera los alumnos deberán ser capaces de identificar recursos y atractivos para convertirlos en productos, tanto de gestión pública como privada.

OBJETIVOS:

- a. Comprender la categoría de recurso turístico como componente fundamental para el funcionamiento del sistema turístico.
- b. Desarrollar el diagnóstico de recursos y atractivos turísticos.
- c. Reconocer los principales productos turísticos locales, nacionales y regionales.
- d. Identificar y evaluar los principales productos de la oferta local.
- e. Comprender el proceso de transformación: recursos, atractivos, paquetes / combinaciones, macro-productos.
- f. Elaborar el diseño de productos turísticos de gestión pública y privada.
- g. Comparar valorativamente las potencialidades de cada producto local y otros productos a nivel global.

- h. Interpretar las interrelaciones generadas por las nuevas tecnologías y los cambios de preferencias en las tendencias de los consumidores.
- i. Desarrollar los contenidos conceptuales del espacio curricular utilizando la lengua extranjera inglesa para alcanzar la transversalidad de carácter bilingüe.

CONTENIDOS CONCEPTUALES:

UNIDAD I: LOS RECURSOS TURISTICOS

Recursos turísticos en diversos autores. Elementos conceptuales comunes. Clasificación de recursos turísticos en diversos autores: OEA-CICATUR, Acerenza, CIT, IMIT, Matriz de la Historia, OMT-FAS, Silberman, Swarbrooke (Clasificación de Bousquet para bienes culturales intangibles). Categorías tipológicas comunes. Dimensiones de los diversos tipos de recursos turísticos. Actitud ante los distintos tipos de recursos turísticos. Tipos de inventario: ventajas y desventajas. Descripción sistémica del recurso turístico. Análisis estratégico o DAFO o interno y del entorno).

Bibliografía:

- ABAL DE RUSSO, Clara, 1997, "Introducción al patrimonio cultural", Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza-Subsecretaría de Cultura-Gobierno de Mendoza.
- DNT, 1970, "Diccionario de terminología turística", Buenos Aires: Dirección Nacional de Turismo.
- DOMÍNGUEZ de NAKAYAMA, Lía, 1994, "Relevamiento turístico. Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial", Santa Fe: Centro de Estudios Turísticos-Instituto Superior Sol.
- NAVARRO, Diego, 2015, "Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración", en: *Cuadernos de Turismo*, nº 35, Universidad de Murcia, Murcia, España.
- OMT, s./f., "Los recursos de los destinos turísticos", Madrid: Organización Mundial del Turismo, Themis, Institute for Quality in Tourism Education, Master en Alta Gestión en Política y Estrategia de Destinos Turísticos, Postgrado en Desarrollo Sostenible de los Destinos Turísticos, Especialización en Planificación de los Destinos Turísticos.

UNIDAD II: MACROPRODUCTO TURISTICO

Necesidades humanas y actividades de ocio. Relación (fisiológicas, seguridad, afecto, estima, desarrollo). Relación entre necesidades humanas y características del recurso turístico. Conceptualización de macro-producto turístico. Paquetes turísticos y combinaciones turísticas. Definición de macro-productos desde la oferta y desde la demanda. Ciclo de vida de un macro-producto (potencial, emergente, en expansión, estancado, en transformación).

Bibliografía:

- ACERENZA, Miguel Ángel, 1994, "Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización", México: Trillas (1º ed., 1984).
- BOULLÓN, Roberto, 1991, "Planificación del espacio turístico", México: Trillas (1º ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, Fabio, 1996, "Proyecto turísticos. Localización e inversión", México: Trillas (1º ed., 1991).
- MANCINI, Marc, 2001, "Constructing Tours", Nueva York: Delmar.
- RUBIO, Katia (org.), 2007, "Megaeventos deportivos, legado e responsabilidad social", San Pablo: Casa do Psicólogo.
- JIMÉNEZ ABAD, Carlos Enrique, 2003, "Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales", Paraninfo.

- MARTÍN SÁNCHEZ, Gloria de la Caridad, 2011, “Diseño de producto turístico Sabana Camanguey”, Editorial Académica Española.
- NAVARRO, Diego, 2001, “Turismo y Parques Arqueológicos”, en: *Publicaciones*, Año 2, n° 2, Mendoza: Fundación Santa María-Universidad Champagnat.
- QUARANTA, Jorge Alberto y otros, 1992, “Buenos Aires: sus atractivos y circuitos turísticos”, Buenos Aires: Delfos.
- ROMÁN, Florencia y CICOLELLA, Mariana, “Turismo rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas”, Buenos Aires: IICA

UNIDAD III: LOS ESPACIOS TURISTICOS

Estudio de casos: macro-productos provinciales de turismo rural, turismo del vino, nieve y montaña, activo-natural, y turismo rural. Espacios geoturísticos: región, zona, área, centros, complejo, conjunto, corredor (ruta y camino), macroatractivos (Vendimia, Aconcagua). Zonificación turística de Argentina y de Mendoza. Análisis de macro-productos y espacios turísticos en planes de Argentina y Mendoza. Programas operativos habituales. Evaluación de programas turísticos.

Bibliografía:

- KOTLER, Philip, 1993, “Mercadotecnia de localidades”, Nueva York: Free Press.
- NAVARRO, D. (2007) “Conceptualizaciones operacionales” en TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Mendoza, Subsecretaría de Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.
- REYNOSO, M. "Plan estrategico de alta Montaña". EMETUR Gobierno de Mendoza 2019
- AAVV, 2007, “Líneas estratégicas y programas”, en: “TurPlan II 2007-2011 Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza”, Ministerio de Turismo y Cultura, Gobierno de Mendoza, Mendoza.
- NAVARRO, Diego, 2007, “Sistema Turístico Mendocino”, en: *TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza*. Mendoza: Subsecretaría de Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:

Que los estudiantes sean capaces de relevar datos de la realidad, realizar análisis de diagnóstico y prospecciones sobre el desarrollo turístico.

Que los estudiantes puedan diseñar instrumentos que les permitan clasificar, categorizar y evaluar componentes del sistema turístico.

Que los estudiantes adquieran habilidades para identificar y vincular los segmentos de la demanda con los recursos de la oferta.

Que los estudiantes logren comprender las estructuras dinámicas del espacio turístico y los grados de desarrollo de los productos y macro-productos de la oferta local.

Que los estudiantes sean capaces de aplicar los saberes previos necesarios e incorporar nuevo vocabulario de la lengua inglesa para el desarrollo del espacio curricular.

CONTENIDOS ACTITUDINALES:

Que los estudiantes respeten y valoren los recursos del patrimonio local.

Que los estudiantes internalicen los **Objetivos del Desarrollo Sostenible 2030** y que comprometan sus acciones en el desarrollo local teniendo en cuenta tales objetivos.

Que los estudiantes alinean su actitud personal con los principios éticos de la profesión.

METODOLOGÍA:

Trabajo en aula taller con la presentación de casos particulares que permitan su análisis específico para alcanzar proposiciones axiomáticas que permitan su generalización; aplicaremos un método inductivo.

Esta cátedra tiene carácter bilingüe por lo que los conocimientos serán presentados tanto en español como en inglés.

La cátedra plantea la enseñanza de la lengua extranjera con un enfoque comunicativo en el que el alumno presenta una actitud participativa y se compromete en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

En algunas ocasiones el alumno trabajará en forma individual, pero en la mayoría de los casos trabajará en pareja o equipo, y además mostrará una actitud de tolerancia y respeto.

La asignatura tendrá carácter teórico-práctico, debiendo el alumno cumplir con un porcentaje de asistencia a las clases presenciales como así también aprobar porcentaje de los trabajos prácticos en forma virtual o presencial.

Se utilizará una amplia gama de recursos para desarrollar los diferentes contenidos de la asignatura.

Se organizarán actividades extracurriculares para que los alumnos conozcan, experimenten y despierten su interés y creatividad.

La cátedra dispondrá de un espacio virtual que incluirá temas vistos en la clase, material sugerido de lectura y práctica, material específico de la disciplina y recursos para la práctica de las distintas habilidades de la lengua extranjera, como por ejemplo ejercicios de consolidación. El espacio virtual también incluirá actividades de colaboración mediante foros, que les permitirán interactuar y construir el conocimiento de manera colaborativa.

EVALUACIÓN:

La evaluación se rige por la escala de calificaciones establecida en la Ord. 108/10 del Consejo Superior de la UNCuyo.

Criterios de evaluación:

- *Exámenes de progreso:* El alumno rendirá un examen presencial al finalizar la unidad 1. Este examen constará de una instancia escrita en español y una oral en inglés, se aprueba con 60% o más.

- *Evaluación parcial:* El alumno deberá rendir un examen parcial escrito en español y oral en inglés al finalizar las dos primeras unidades temáticas. El mismo contará con instancia de recuperación, y deberá ser aprobado con 60% o más.

-Examen integrador: los temas del examen integrador estarán en consideración de la cátedra y serán expuestos a los alumnos en tiempo y forma.

Condiciones de regularización del espacio curricular

La cátedra distingue entre dos condiciones para el alumno: *alumno regular* y *alumno libre*.

Alumno regular: Obtendrá la condición de “alumno regular” quien cumpla con los requisitos de regularización que se exigen en esta asignatura, a saber:

- Haber cumplido con el 70% de la asistencia a clase.
- Haber aprobado de sus exámenes el 60% o más.
- Haber aprobado el examen parcial escrito en español con 60% o más, y el examen parcial oral en inglés con 60% o más.
- Presentar el diseño de un producto turístico por escrito en español, y defender el producto presentado en inglés. El proyecto por escrito debe ser presentado dos semanas antes de la instancia oral para su revisión y aprobación.

Alumno libre: Quien no cumpla con alguna de las condiciones mencionadas precedentemente para obtener la regularidad tendrá la condición de “alumno libre”.

Acreditación sin examen final: la asignatura tiene un régimen de promoción directa. Obtendrá la promoción quien cumpla con los requisitos que se exigen en esta asignatura, a saber:

- Haber cumplido con el 80% de la asistencia a clase.
- Haber aprobado todos los trabajos prácticos con 60% o más.
- Haber aprobado en primera instancia el examen parcial escrito en español con un mínimo de 60%, y el examen parcial oral en inglés con 60% o más.
- Haber aprobado el examen integrador en primera instancia con 60% o más. Dicho examen consta de una instancia escrita en español y una instancia oral en inglés.
- Estas notas no se promedian, los alumnos tienen que lograr un mínimo del 60% para aprobar cada instancia.
- Presentar el diseño de un producto turístico por escrito en español, y defender el producto presentado en inglés. El proyecto debe ser presentado una semana antes de la instancia oral para su revisión y aprobación.

Acreditación con examen final para alumnos regulares: los alumnos que hayan regularizado la asignatura rendirán un examen integrador oral en donde responderán preguntas en español y en inglés.

Acreditación con examen final para alumnos libres: dos semanas antes de rendir el examen final, los alumnos libres deberán presentar el diseño de un producto turístico por escrito y en español. El proyecto será revisado por los profesores y será la instancia que lo habilitará para rendir su examen final. En caso de no aprobar o no presentar dicho proyecto, el alumno no podrá rendir el examen final.

El examen final constará de una instancia escrita en español y en inglés. Si el alumno aprueba el examen escrito con 60% o más, tendrá la posibilidad de pasar a una segunda instancia examinadora de modalidad oral en donde responderá preguntas tanto en español como en inglés y defenderán el proyecto presentado sobre el diseño de un producto turístico.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- ABAL DE RUSSO, Clara, 1997, “Introducción al patrimonio cultural”, Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza-Subsecretaría de Cultura-Gobierno de Mendoza.
- DNT, 1970, “Diccionario de terminología turística”, Buenos Aires: Dirección Nacional de Turismo.
- DOMÍNGUEZ de NAKAYAMA, Lía, 1994, “Relevamiento turístico. Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial”, Santa Fe: Centro de Estudios Turísticos-Instituto Superior Sol.
- NAVARRO, Diego, 2015, “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”, en: Cuadernos de Turismo, n° 35, Universidad de Murcia, Murcia, España.
- OMT, s./f., “Los recursos de los destinos turísticos”, Madrid: Organización Mundial del Turismo, Themis, Institute for Quality in Tourism Education, Master en Alta Gestión en Política y Estrategia de Destinos Turísticos, Postgrado en Desarrollo Sostenible de los Destinos Turísticos, Especialización en Planificación de los Destinos Turísticos.
- RUIZ, María del Carmen (comp.), 2005, “Patrimonio Cultural”, Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza-Subsecretaría de Cultura-Gobierno de Mendoza.
- WALLINGRE, Noemí y TOYOS, Mónica, 2010, “Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte”, Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.


BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ACERENZA, Miguel Ángel, 1994, “Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización”, México: Trillas (1° ed., 1984).
- AAVV, 2007, “Líneas estratégicas y programas”, en: “TurPlan II 2007-2011 Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza”, Ministerio de Turismo y Cultura, Gobierno de Mendoza, Mendoza.
- BOULLÓN, Roberto, 1991, “Planificación del espacio turístico”, México: Trillas (1° ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, Fabio, 1996, “Proyecto turísticos. Localización e inversión”, México: Trillas (1° ed., 1991).
- GURRÍA DI BELLA, Manuel, 1994, “Introducción al Turismo”, México: Trillas (1° ed., 1991)
- JIMÉNEZ ABAD, Carlos Enrique, 2003, “Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales”, Paraninfo.
- KOTLER, Philip, 1993, “Mercadotecnia de localidades”, Nueva York: Free Press.
- MANCINI, Marc, 2001, “Constructing Tours”, Nueva York: Delmar.

- MARTÍN SÁNCHEZ, Gloria de la Caridad, 2011, “Diseño de producto turístico Sabana Camanguey”, Editorial Académica Española.
- MARTÍNEZ CÁRDENAS, Rogelio (coord.), 2011, “Turismo Espiritual: una alternativa de desarrollo para las poblaciones”, México: Universidad de Guadalajara.
- NAVARRO, Diego, 2001, “Turismo y Parques Arqueológicos”, en: Publicaciones, Año 2, n° 2, Mendoza: Fundación Santa María-Universidad Champagnat.
- NAVARRO, D. (2007) “Conceptualizaciones operacionales” en TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Mendoza, Subsecretaría de Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.
- NAVARRO, Diego, 2007, “Sistema Turístico Mendocino”, en: TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Mendoza: Subsecretaría de Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.
- RAYMOND, Murphy, English Grammar in Use (1997), second edition, Cambridge University Press.
- RUBIO, Katia (org.), 2007, “Megaeventos deportivos, legado e responsabilidad social”, San Pablo: Casa do Psicólogo.
- STEVENSON, James, 1983, “Grandpa’s Great City Tours”, Harpercollins.
- THOMSON, Gare, 1998, “Timothy’s Five City Tours”, Steck-Vaughn.

RECURSOS DE LA CÁTEDRA EN RED

- *Plataforma virtual*: Diseño de producto turístico <https://www.virtual.ffyl.uncu.edu.ar>



Marcelo Reynoso



Dra. SANDRA PÉREZ STOCCO
Directora de la Licenciatura en Turismo
Facultad Filosofía y Letras - U.N. Cuyo