

LICENCIATURA EN TURISMO

PROGRAMA DE DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Datos de identificación del espacio curricular:

Denominación: Diseño de Producto Turístico

Código SIU-Guaraní: 15401

Ciclo Lectivo: 2021

Carrera: Licenciatura en Turismo

Plan de Estudio: ORD. 10/15

Formato Curricular: Taller

Carácter: Obligatorio

Área a la que pertenece: Turismo y Gestión

Año en que se cursa: 4to año

Régimen: Semestral

Carga horaria total: 84 hs.

Carga horaria semanal: 6 hs.

Espacios curriculares correlativos: no posee

Equipo de cátedra:

Titular: Marcelo Reynoso

Adjunto:

J.T.P.: Carolina Espresatti

Adscripta:

Romina Tommasi

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, atender a las nuevas formas de gestión teniendo en cuenta las capacidades requeridas para los Destinos Turísticos Inteligentes.

OBJETIVOS:

Generales

- Comprender la categoría de recurso turístico como componente fundamental para el funcionamiento del sistema turístico.
- Reconocer los principales productos turísticos locales, nacionales y regionales.
- Identificar y evaluar los principales productos de la oferta local.
- Comprender el proceso de transformación: recursos, atractivos, paquetes / combinaciones, macro-productos.
- Elaborar el diseño de productos turísticos de gestión pública y privada.
- Interpretar las interrelaciones generadas por las nuevas tecnologías y los cambios de preferencias en las tendencias de los consumidores, en términos de las capacidades requeridas por los Destinos Turísticos Inteligentes.

Específicos

- Desarrollar el diagnóstico de recursos y atractivos turísticos.
- Comparar valorativamente las potencialidades de cada producto local y otros productos a nivel global.
- Comprender la sujeción interrelacional del sistema turístico de otros factores del entorno en contextos de crisis.
- Interpretar las posibilidades valorativas de los visitantes frente a un producto turístico local.
- Reconocer diversas metodologías de análisis de cada fase del desarrollo de un producto turístico.
- Discernir entre la necesidad de intervención pública o privada conforme a las circunstancias de tiempo y espacio.

EXPECTATIVAS DE LOGRO:

- Identificar, valorar y jerarquizar un recurso turístico.
- Adquirir herramientas metodológicas para llevar adelante los procesos de análisis previstos.
- Comprender las transformaciones en contextos de crisis y ser capaces de inferir posibles vías de solución a situaciones conflictivas.
- Manejar herramientas para cuantificar las apreciaciones sensoriales de los visitantes.
- Generar capacidades de análisis para la definición de un tipo u otro de producto, en función de la diversidad de recursos y circunstancias.
- Alcanzar capacidades de trabajo colectivo e interdisciplinar para el logro de objetivos comunes.
- Interpretar textos escritos y orales en español e inglés relacionados con temas generales y disciplinares.
- Reconocer y utilizar vocabulario en inglés relacionado a temáticas generales y disciplinares.
- Producir textos escritos y orales en inglés, según los distintos contextos sociales, disciplinares y profesionales.
- Adecuar la expresión oral y escrita al contexto y al interlocutor, seleccionando el estilo apropiado.

- Obtener práctica para el Diseño y Gestión de un Producto Turístico a través de un estudio de caso.

CONTENIDOS

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. Clasificación y valoración: convertido o creado, desarrollado, semi-desarrollado, pseudo-desarrollado, sub-desarrollado, sobre-desarrollado. Diseño de atractivos a partir de recursos existentes e inexistentes. 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). Comprensión del medio: análisis PEST – factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Bibliografía:

- ABAL DE RUSSO, C. (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, L. (1994), “Relevamiento turístico. Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial”, Santa Fe: Centro de Estudios Turísticos-Instituto Superior Sol.
- NAVARRO, D. (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.

Prácticas en Inglés: Camino del Inca

Investigue la significación y relevancia del Camino del Inca y su patrimonio en el territorio de Mendoza. Identifique, en el Camino de Inca, cuáles son los principales atractivos turísticos naturales y los hechos por el hombre. Luego analice sus fortalezas y debilidades utilizando el análisis FODA (SWOT en inglés). Una vez realizada la investigación y el análisis, imagine que Ud. es un consultor externo y ha sido contratado por el municipio de Las Heras. Realice una presentación oral con una propuesta de mejora para contrarrestar las debilidades y destacar las oportunidades del Camino del Inca.

Objetivo: presentar en forma oral y de manera clara, ordenada y atractiva una propuesta de mejora para el Camino del Inca en Mendoza.

- **Gramática:** presente simple y pasado simple activo y pasivo. Adjetivos comparativos y superlativos. Condicionales del tipo 1 y 2.
- **Vocabulario:** adjetivos y expresiones usados en la descripción de lugares. Frases y expresiones sencillas usadas en presentaciones.

Bibliografía:

- RAYMOND, M. (1997), *English Grammar in Use, Second Edition*, Cambridge University Press.
- MURPHY, R. (2015), *English Grammar in Use*, Cambridge University Press.

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. Las representaciones turísticas. Vínculos entre sujeto y recurso/representación: sensorial, intelectual y vivencial. Actitudes entre sujeto y recurso/representación: contemplación, interpretación y participación. 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). Métodos de análisis: TALC, BCG, Ansof. Descriptores y modelos de diseños de productos turísticos.

Bibliografía:

- ACERENZA, M.A. (1994), “Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización”, México: Trillas,(1º ed., 1984)
- BOULLÓN, R. (1991), “Planificación del espacio turístico”, México: Trillas (1º ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, F. (1996), “Proyecto turísticos. Localización e inversión”, México: Trillas (1º ed., 1991).
- MANCINI, M. (2001), “Constructing Tours”, Nueva York: Delmar.
- RUBIO, K. (org.) (2007), “Megaeventos deportivos, legado e responsabilidad social”, San Pablo: Casa do Psicólogo.
- JIMÉNEZ ABAD, C. E. (2003), “Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales”, Paraninfo.
- MARTÍN SÁNCHEZ, G. (2011), “Diseño de producto turístico Sabana Camaguey”, Editorial Académica Española.
- NAVARRO, D. (2001), “Turismo y Parques Arqueológicos”, en: *Publicaciones*, Año 2, nº 2, Mendoza: Fundación Santa María-Universidad Champagnat.
- QUARANTA, J. A. y otros, (1992), “Buenos Aires: sus atractivos y circuitos turísticos”, Buenos Aires: Delfos.
- ROMÁN, F. y CICCOLELLA, M., “Turismo rural en la Argentina: concepto, situación y perspectivas”, Buenos Aires: IICA

Prácticas en Inglés:

Imagine que trabaja en el Ente de Turismo de Mendoza y le han pedido que seleccione un recurso turístico de la montaña del norte de Mendoza. Investigue cuáles son las actividades de ocio que se pueden realizar allí y que productos y servicios son ofrecidos en la actualidad. Es importante que luego de la investigación analice, según su criterio y la información recolectada, cuales son las mejores actividades para llevar a cabo en el lugar. Arme un paquete de 1 día para ofrecer a turistas con una propuesta creativa e innovadora. Dicho

paquete deberá incluir traslados, almuerzo, actividades y precios reales. Deberá presentar y explicar su paquete a los concurrentes de la FIT. Además, deberá elaborar una presentación en Genially con la información del paquete diseñado y que acompañe su explicación para que esta resulte mas atractiva y dinámica

Objetivo: explicar y promocionar un paquete turístico a los visitantes de la Feria Internacional de Turismo. Realizar un presentación en Genially para acompañar la explicación.

- **Gramática:** tiempos futuros (presente continuo, “going to”, futuro simple “will” y futuro continuo). Verbos modales para hacer sugerencias y dar recomendaciones.
- **Vocabulario:** sustantivos, adjetivos y frases para describir lugares.

Bibliografía:

- RAYMOND, M., English Grammar in Use (1997), second edition, Cambridge University Press.
- MURPHY, R. (2015), English Grammar in Use, Cambridge University Press.

UNIDAD III: DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS

Imagen de un destino turístico. Productos de gestión privada: paquetes turísticos. Productos de gestión privada, pública o mixta: combinaciones turísticas, circuitos turísticos, experiencias turísticas. Mapa de Empatía. Diseño de paquetes y combinaciones a partir de atractivos (servicios turísticos). Cuadro de beneficios y modelos de negocios. Modelo Canvas. Productos turísticos de gestión pública: atractivos-estrella, macro-productos turísticos (geográficos, temáticos, segmentos), corredores turísticos, parajes o enclaves turísticos, agenda turística. Diseño de productos turísticos de gestión pública. Puesta en el mercado: Lean Startup. Estudio de casos: macro-productos provinciales de turismo rural, turismo del vino, nieve y montaña, activo-natural, y turismo rural. Análisis de macro-productos y espacios turísticos en planes de Argentina y Mendoza. Destinos Turísticos Inteligentes.

Bibliografía:

- MORENO GIL, S. (2012), “Entender la imagen de un destino turístico: factores que la integran y la influencia de las motivaciones”, Criterio Libre, Bogotá.
- KOTLER, P. (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. (2019) "Plan estrategico de alta Montaña". EMETUR Gobierno de Mendoza
- 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, D. (2007), “Sistema Turístico Mendocino”, en: *TurPlan II-Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza*. Mendoza: Subsecretaría de

Prácticas en Inglés:

En esta unidad trabajaremos sobre la localidad de Polvareda perteneciente al ferrocarril transandino. Ud. deberá realizar una investigación sobre el pueblo de Polvaredas, sus espacios geo-turísticos y sus macro-atractivos. Luego, diseñará una propuesta y armará un itinerario relacionado a este producto turístico para un grupo de personas, amantes de la montaña, que viene a Mendoza a asistir a un congreso. Dicha propuesta deberá incluir traslados, actividades, comidas y una noche de alojamiento. Imagine que Ud. trabaja en una agencia de turismo receptivo y le envía por email la propuesta al grupo de médicos. Luego de que su propuesta es aceptada, concurrirá al hotel adonde se alojan los profesionales, les explicará la propuesta y responderá sus dudas.

Objetivo: elaborar una propuesta para un grupo de médicos que visita Mendoza. Enviar un mail con la propuesta. Presentar la propuesta al grupo. Expresarse con claridad y ser capaz de responder preguntas.

- **Gramática:** revisión de tiempos verbales presentes, pasados y futuros.
- **Vocabulario:** frases y expresiones mas complejas usadas en presentaciones.

Bibliografía:

- RAYMOND, M., English Grammar in Use (1997), second edition, Cambridge University Press.
- MURPHY, R. (2015), English Grammar in Use, Cambridge University Press.

PROPUESTA DE 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:

- Trabajos prácticos: El alumno deberá realizar dos trabajos prácticos escritos en español y tres trabajos prácticos orales en inglés.
- Examen integrador en español: El alumno deberá elaborar una propuesta de diseño de producto turístico sobre los estudios de caso elegidos para el año en curso.

Condiciones de regularización del espacio curricular

La cátedra distingue entre tres condiciones para el alumno: *alumno promocional*, *alumno regular* y *alumno libre*.

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

- Haber aprobado el 100% de los trabajos prácticos con 60% o más.
- Presentar el diseño de un producto turístico en forma oral para su defensa y responder preguntas en inglés y español sobre el producto diseñado. El proyecto debe ser

presentado por escrito y en español dos semanas antes de la instancia oral para su revisión y aprobación.

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

- Haber aprobado el 75% de los trabajos prácticos con 60% o más.

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 aprobado todos los trabajos prácticos con 60% o más.
- Presentar y aprobar el diseño del producto turístico y poder defenderlo y responder preguntas en español e inglés.

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. Las preguntas en inglés estarán relacionadas con las practicas presentadas en clase y las discusiones sobre los temas de las unidades.

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 esta 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. 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 defenderá el proyecto presentado sobre el diseño de un producto turístico.

PROPUESTA METODOLOGICA:

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. Para el ejercicio 2021 se trabajará en el Diseño de 2 productos específicos vinculado con el espacio y patrimonio de la provincia: Ranchillos integrante de la Declaración de Patrimonio de la Humanidad de la Red Vial Andina y la localidad de Polvaredas integrante del ferrocarril transandino.

Esta cátedra tiene carácter bilingüe por lo que los contenidos 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, y en otras trabajará en equipo, pudiendo conformarse 2, 3 o 4 grupos de acuerdo a las características de los alumnos y los criterios que establezca la cátedra en concordancia con el grupo; además mostrará una actitud de tolerancia y respeto.

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, y todas las horas se cursarán en formatos remotos, teniendo en cuenta que el cursado del primer semestre 2021 será en formato no presencial 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.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- ABAL DE RUSSO, C. (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, L. (1994), “Relevamiento turístico. Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial”, Santa Fe: Centro de Estudios Turísticos-Instituto Superior Sol.
- NAVARRO, D. (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, M. del C. (comp.), (2005), “Patrimonio Cultural”, Mendoza: Ediciones Culturales de Mendoza-Subsecretaría de Cultura-Gobierno de Mendoza.
- WALLINGRE, N. y TOYOS, M. (2010), “Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte”, Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ACERENZA, M. A. (1994), “Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización”, México: Trillas (1º 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, R. (1991), “Planificación del espacio turístico”, México: Trillas (1º ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, F. (1996), “Proyecto turísticos. Localización e inversión”, México: Trillas (1º ed., 1991).
- GURRÍA DI BELLA, M. (1994), “Introducción al Turismo”, México: Trillas (1º ed., 1991)
- JIMÉNEZ ABAD, C. E. (2003), “Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales”, Paraninfo.
- KOTLER, P. (1993), “Mercadotecnia de localidades”, Nueva York: Free Press.
- MANCINI, M. (2001), “Constructing Tours”, Nueva York: Delmar.
- MARTÍN SÁNCHEZ, G. (2011), “Diseño de producto turístico Sabana Camaguey”, Editorial Académica Española.
- MARTÍNEZ CÁRDENAS, R. (coord.) (2011), “Turismo Espiritual: una alternativa de desarrollo para las poblaciones”, México: Universidad de Guadalajara.
- NAVARRO, D. (2001), “Turismo y Parques Arqueológicos”, en: Publicaciones, Año 2, nº 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, D. (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.
- RUBIO, Katia (org.), (2007), “Megaeventos deportivos, legado e responsabilidad social”, San Pablo: Casa do Psicólogo.
- STEVENSON, J. (1983), “Grandpa’s Great City Tours”, Harpercollins.
- THOMSON, G. (1998), “Timothy’s Five City Tours”, Steck-Vaughn.

RECURSOS DE LA CÁTEDRA EN RED

- **Enlace del Aula Virtual:**

<https://www.virtual.ffyl.uncu.edu.ar/course/view.php?id=651¬ifyeditingon=1>

ANEXO 1

En esta etapa de clases virtuales se establecen los siguientes criterios:

- Participación obligatoria en los encuentros semanales
- Participación semanal en el Aula Virtual.
- Participación en Foros y otros recursos del Aula Virtual.
- Participación en toda otra actividad que se les informe en carácter necesaria de calificación.
- Entrega de trabajo finales individuales y/o grupales en tiempo y forma.
- En el aula virtual se establecerá el calendario de temas de cursado y plazos de entregas de prácticos.



Titular: Prof. Marcelo Reynoso

Fecha: 22 de marzo de 2021

PROGRAMA REVISADO

Directora del Departamento de Turismo

Dra. Sandra Pérez Stocco