



PROGRAMA DE DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Espacio curricular:			
- DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS			
Código SIU-guaraní:	Departamento/s:	Ciclo lectivo:	Sede:
-15401	- Turismo	- 2022	- FFyL
Carrera:			Plan de Estudio: :
- Licenciatura en Turismo			- ORD. 10/15
Formato curricular:	Ubicación curricular:	Créditos	
- Taller	- ATyG	-	
Carga horaria total:	Año de cursado:	Cuatrimestre de cursado:	
- 84 hs.	- 4to	- 1ro	
Equipo de cátedra			
- Prof. Titular Marcelo Reynoso			
- Prof. JTP 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, atender a las nuevas formas de gestión teniendo en cuenta las capacidades requeridas para los Destinos Turísticos Inteligentes.

Aportes al perfil de egreso

Se busca que el alumno adquiera fundamentos para analizar y trabajar con los recursos turísticos de manera de considerarlos como parte fundamental del sistema turístico. Que sean capaces de reconocer la tendencia y transformaciones del mercado y la demanda, para así poder proponer y diseñar productos innovadores tanto desde el sector público como privado que se ajusten a los nuevos escenarios.

Se espera que los alumnos adquieran herramientas metodológicas para la aplicación de criterios epistemológicos propios de la naturaleza interdisciplinar de la actividad, aplicando rigor científico para la investigación y su planteamiento propositivo, siendo capaces de inferir posibles vías de solución a situaciones conflictivas.

Asimismo los alumnos deberán adquirir capacidades de trabajo colectivo e interdisciplinar para el logro de objetivos comunes, como también reconocer y utilizar vocabulario en inglés



relacionado a temáticas generales y disciplinares, tanto como Producir textos escritos y orales en inglés, según los distintos contextos sociales, disciplinares y profesionales.

El espacio promueve el que el alumno sea capaz de asumir una actitud reflexiva y crítica, generando acciones que tiendan hacia la construcción del conocimiento y la transformación de la realidad, bajo el reconocimiento de la propia cultura como expresión de posicionamiento propio ante las diversas miradas acerca de las realidades socioculturales del presente y del pasado interpretando las interrelaciones generadas por las nuevas tecnologías en términos de las capacidades requeridas por los Destinos Turísticos Inteligentes.

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.
- Trabajar de manera colaborativa 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: El Enoturismo

Elegir una región vitivinícola de Mendoza. Investigar los diferentes recursos enoturísticos que ofrece la región. Luego, analizar sus fortalezas y debilidades utilizando el análisis FODA (SWOT en inglés). Una vez realizada la investigación y el análisis pertinente, imagine que Ud. es un consultor externo y ha sido contratado por dicha región vitivinícola. Realice una presentación oral con una propuesta de mejora para contrarrestar las debilidades y resaltar las oportunidades de los recursos enoturísticos de la región. Trabajo grupal.

Objetivo: presentar en forma oral y de manera clara, ordenada y atractiva una propuesta de mejora para una región vitivinícola de Mendoza.

- **Gramática:** Presente Simple y Pasado Simple activo y pasivo. Adjetivos comparativos y superlativos. Condicionales del tipo 1 y 2.
- **Vocabulario:** adjetivos y expresiones para la descripción de lugares. Frases y expresiones para presentaciones profesionales.

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, (1ª ed., 1984)
- BOULLÓN, R. (1991), “Planificación del espacio turístico”, México: Trillas (1ª ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, F. (1996), “Proyecto turísticos. Localización e inversión”, México: Trillas (1ª 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: Esteros del Iberá y Costa Patagónica

Elegir un atractivo turístico en los Esteros del Iberá o en la Costa Patagónica. Investigar que productos y servicios son ofrecidos en la actualidad, con qué infraestructura se cuenta y que actividades de ocio pueden realizarse allí. Analizar la información recolectada, intercambiar ideas y opiniones para luego armar un paquete turístico de un día con una propuesta creativa e innovadora. Dicho paquete deberá incluir traslados, almuerzo, actividades y precios reales. Presentar y explicar su paquete a través de una presentación con la herramienta Genially. Incluir información e imágenes del paquete diseñado que acompañe su explicación para que ésta resulte más atractiva y dinámica. Trabajo grupal.

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

- **Gramática:** Tiempos Futuros (Presente Continuo, Futuro "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 estratégico 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 Turismo-Ministerio de Turismo y Cultura-Gobierno de Mendoza y Consejo Federal de Inversiones.

Prácticas en Inglés:

Elegir uno de los recursos propuestos en las unidades 1 y 2 (Región Enoturística en Mendoza, Esteros del Iberá o Costa Patagónica). Luego de ampliar la investigación sobre el recurso, Ud. deberá diseñar la propuesta de un producto turístico sobre el recurso elegido. Dicha propuesta deberá incluir dos noches de alojamiento, traslados, actividades y comidas. Deberá imaginar que trabaja en una agencia de turismo receptivo y elegir el tipo de grupo al que le hará la propuesta. Deberá presentar la información, poder explicarla y responder dudas.

Objetivo: elaborar una propuesta de diseño de un producto turístico sobre uno de los estudios de caso elegidos para el año en curso. Exponer la información, expresarse con claridad y ser capaz de responder preguntas. Trabajo grupal.

- **Gramática:** revisión de tiempos verbales presentes, pasados y futuros.
- **Vocabulario:** frases y expresiones más 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 metodológica

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 contenidos serán presentados en español y las prácticas serán llevadas a cabo 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, en donde 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 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.

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 dos trabajos prácticos orales en inglés.
- Examen integrador final en inglés: El alumno deberá elaborar una propuesta de diseño de producto turístico sobre los estudios de caso elegidos para el año en curso. Lo presentará en inglés y al finalizar responderá preguntas en inglés y español sobre su propuesta.

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 ésta 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 y en inglés. 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 prácticas 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 ésta 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.



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.
- 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 (1ª 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 (1ª ed., 1985).
- CÁRDENAS TABARES, F. (1996), "Proyecto turísticos. Localización e inversión", México: Trillas (1ª ed., 1991).
- GURRÍA DI BELLA, M. (1994), "Introducción al Turismo", México: Trillas (1ª 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 Camanguey", 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 responsabilidade 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 de aula virtual)

- **Enlace del Aula Virtual:**
<https://www.virtual.ffyl.uncu.edu.ar/course/view.php?id=651¬ifyeditingon=1>

Firmas:

Prof. Mgtr. María Antonella DIBLASI
Directora a/c Departamento de Turismo
Facultad de Filosofía y Letras - UnCuyo

Prof. Titular Marcelo Reynoso

FIRMA DIRECTOR/RESPONSABLE DE DEPARTAMENTO