



**Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación**

**Carrera:** Licenciatura en Turismo

**Unidad curricular:** Productos Turísticos

**Área Temática:** Operativa

**Semestre:** Impar

La unidad curricular corresponde al primer semestre de la carrera según trayectoria sugerida por el plan de estudios: **NO**

	<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Departamento/ Sección</b>
<b>Responsable del curso</b>	Prof. Adjunto	José Luis Camacho	Área de Estudios Turísticos
<b>Encargado del curso</b>			
<b>Otros participantes del curso</b>	Asistente	Elvira Demasi	Área de Estudios Turísticos

**El total de Créditos corresponde a:**

<b>Carga horaria presencial</b>	<b>64 horas</b>
<b>Trabajos domiciliarios</b>	<b>SI</b>
<b>Plataforma EVA</b>	<b>SI</b>
<b>Trabajos de campo</b>	<b>NO</b>
<b>Monografía</b>	<b>NO</b>
<b>Otros (describir)</b>	
<b>TOTAL DE CRÉDITOS</b>	<b>13</b>

<b>Permite exoneración</b>	<b>SI</b>
----------------------------	-----------

**Propuesta metodológica del curso:** (Deje la opción que corresponda)

<b>Teórico – asistencia libre</b>	<b>NO</b>	
<b>Práctico – asistencia obligatoria</b>	<b>NO</b>	
<b>Teórico - práctico</b>	<b>Asistencia obligatoria</b>	<b>SI</b>
	<b>Asistencia obligatoria sólo a clases prácticas</b>	<b>NO</b>

<b>Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios</b>	<b>NO</b>	<b>Cupos, servicios y condiciones: NO CORRESPONDE</b>
---	-----------	---

**Forma de evaluación (describa) y Modalidad (presencial, virtual u otros):**

2 parciales	30% c/u
Trabajo final	20%
Trabajos grupales	20%

Los estudiantes que en estas actividades de evaluación obtuvieran una calificación final de Bueno o superior, estarán exonerados de cualquier otro tipo de evaluación y se considerarán aprobados con dicha calificación (artículo 8 del Reglamento de Estudios de Grado de la FHCE).

El estudiante que no logre la aprobación directa podrá aprobar la unidad mediante una evaluación final o examen. Para ello, deberá alcanzar una calificación mínima de Aceptable.

El estudiante que no alcance la calificación mínima requerida (Aceptable) en una sola de las evaluaciones durante el curso -cualquiera que esta evaluación fuere-, ya sea para su aprobación directa o para ganar el derecho a aprobar mediante una evaluación final, tendrá derecho a la realización de una prueba de recuperación, que sustituirá a la referida instancia de evaluación (artículo 8 del Reglamento de Estudios de Grado de la FHCE).

**INASISTENCIAS**

Aquellos que no alcancen un 75% de asistencia deberán recursar la materia, independientemente de los puntajes obtenidos en las pruebas.

**Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):**

Se recomienda que los estudiantes hayan cursado “Marketing turístico”

**Objetivos:**

El objetivo del curso es que los estudiantes aprendan a planificar productos turísticos en base a un modelo de negocios, de forma tal que pueda insertarse en el ámbito público o privado como diseñador de productos, tanto nuevos como renovar productos ya existentes.

**Contenidos:**

- Introducción al curso y la temática
- Caracterización y proceso de diseño de productos turísticos
- Segmentación (apuntando a identificar sectores insatisfechos)
- Identificación de la propuesta de valor
- Diseño de la experiencia turística
- Canales de comunicación
- Relación con los clientes
- Contexto de los productos turísticos

Diseño de marca  
Socios clave  
Recursos clave  
Actividades clave  
Entrega de segunda parte  
Estructura de costos  
Flujo de ingresos

**Bibliografía básica:** (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1.	Alonso Pérez, M. (2010). <i>Asistencia técnica para el diseño de políticas de promoción de la producción sustentable y el empleo</i> . Montevideo: Mintur.
2.	Buere, G. (2011). <i>Manual de productos turísticos</i> . Montevideo: Mintur.
3.	Económico, P. d. (2014). <i>Manual para la planificación de productos turísticos</i> . Lima: Swisscontact.
4.	Garrido, S. (2018). <i>Diseño de productos turísticos</i> . Madrid: Paraninfo.
5.	Kapferer, J.-N., & Thoenig, J.-C. (1997). <i>La marca</i> . Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
6.	OMT, & turismo, C. E. (2013). <i>Manual de desarrollo de productos turísticos</i> . Madrid: OMT.
7.	Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). <i>Generación de modelos de negocio</i> . Barcelona: Grupo Planeta.
8.	Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). <i>Tu modelo de negocio</i> . Barcelona: Deusto.
9.	SERNATUR. (2016). <i>Manual de diseño de experiencias turísticas</i> . Santiago: Sernatur.
10.	SERNATUR. (2015). <i>Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos</i> . Santiago: Sernatur.

**Año 2023**