



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**

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

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	64 horas
Trabajos domiciliarios	20 horas
Plataforma EVA	12 horas
Trabajos de campo	NO
Monografía	NO
Otros (describir)	Trabajo pasaje de curso
TOTAL DE CRÉDITOS	13

Permite exoneración	SI
----------------------------	-----------

Modalidad de dictado: (Deje la opción que corresponda)

Íntegramente virtual	SI
-----------------------------	-----------

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

Teórico - práctico	Asistencia obligatoria	SI
--------------------	------------------------	----

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios	NO	Cupos, servicios y condiciones: (Si no está ofertada como electiva, escriba NO CORRESPONDE)
--	----	---

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

El curso se evalúa por el compromiso durante el mismo de los estudiantes (asistencia, trabajos en clase, cumplir con todas las tareas solicitadas en la plataforma EVA), y la entrega de un trabajo final integrador de los conocimientos adquiridos en el curso .

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)

1	Alonso Pérez, M.J., "Asistencia técnica para el diseño de políticas de promoción de la producción sustentable y el empleo" Ed MINTUR. Montevideo, Uruguay. 2010
2	Buere, G. (resp. edición), "Manual de productos turísticos", MINTUR, Uruguay. 2011
3	Clark, T., Osterwalder, A, Pigneur, Y., "Tu modelo de negocio", Ed Deusto. Barcelona, España. 2012
4	Garrido, S., "Diseño de productos turísticos", Ed Paraninfo. Madrid, España. 2018
5	Kapferer, J-N &Thoenig, J-C., "La marca", Ed. McGraw-Hill - Interamericana de España. Madrid, España. 1997.
6	Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo, "Manual de desarrollo de productos turísticos", Ed. OMT Madrid, España. 2013
7	Osterwalder, A. &Pigneur, Y., "Generación de modelos de negocios", Ed. Grupo Planeta. Barcelona, España. 2013
8	Programa de Cooperación al Desarrollo Económico, "Manual para la planificación de productos turísticos. Destinos del Perú", Ed. Swisscontact, Perú 2014.
9	Servicio Nacional de Turismo, "Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos", Ed SERNATUR. Santiago, Chile. 2015
10	Servicio Nacional de Turismo, "Manual de diseño de experiencias turísticas", Ed SERNATUR. Santiago, Chile. 2016

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

Año 2022