



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

**Carrera:** Licenciatura en Turismo

**Unidad curricular:** Productos turísticos

**Área Temática:** Operativa

**Semestre:** Impar

	<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>	Asistente	Elvira Demasi	Área de Estudios Turísticos
<b>Otros participantes del curso</b>			

**El total de Créditos corresponde a:**

<b>Carga horaria presencial</b>	<b>64 horas</b>
<b>Trabajos domiciliarios</b>	<b>20 horas</b>
<b>Plataforma EVA</b>	<b>12 horas</b>
<b>Trabajos de campo</b>	-----
<b>Monografía</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 - práctico</b>	<b>Asistencia obligatoria</b>	<b>SI</b>
---------------------------	-------------------------------	-----------

<b>Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios</b>	<b>No</b>	NO CORRESPONDE
---	-----------	----------------

### Forma de evaluación:

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

### EXONERACIÓN

Para la exoneración de la materia se requiere un mínimo del 70% de rendimiento en el curso. Quienes no alcancen el mínimo (Seis) deberán presentar examen al final del semestre.

### INASISTENCIAS

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

Las evaluaciones estarán sujetas al Reglamento de Estudios de Grado de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

### Conocimientos previos requeridos/recomendables:

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:**

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

La bibliografía complementaria se indicará en clase.

**Año 2024**