



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

ACADEMIA DE SERVICIOS TURISTICOS.						
I	NOMBRE DE LA MATERIA	Diseño de productos turísticos				
	TIPO DE ASIGNATURA	Curso-Taller	CLAVE	IA093		
II	CARRERA	Lic. en Turismo				
	ÁREA DE FORMACIÓN	Optativa abierta				
III	PRERREQUISITOS	IA092				
IV	CARGA GLOBAL TOTAL	80 horas	TEORÍA	40	PRÁCTICA	40
V	VALOR EN CRÉDITOS	8				
FECHA DE CREACIÓN	Agosto 2016	FECHA DE ULTIMA MODIFICACION	Agosto 2016	FECHA DE EVALUACIÓN	Enero 23, 2017	

VI. FUNDAMENTACIÓN.

El turismo es una actividad económica que transforma el destino en el que se desarrolla, enmarcada por un lado en la necesidad de una constante evolución para cumplir las expectativas de la demanda, y por otro lado, en la necesidad de estructurarse bajo criterios de sustentabilidad. La relevancia de alcanzar este balance se pone de manifiesto cuando se observan destinos turísticos que surgieron sin la visión estratégica requerida, poniendo en riesgo su patrimonio cultural, sus recursos naturales, calidad de vida e incluso sus tradiciones, situación que genera roces entre la comunidad local y los visitantes.

De lo anterior se hace latente la importancia de impulsar una formación que permita analizar todos los factores que intervienen en la creación de un producto turístico que no sólo coincida con la vocación del destino, sino que, pueda presentar una propuesta innovadora de acuerdo a lo que demanda el mercado actualmente.

Objetivo General:

Este curso tiene como objetivo primordial fortalecer las habilidades del alumno para identificar el potencial de productos turísticos innovadores que fortalezcan la oferta del destino, así como su capacidad de realizar la investigación y análisis pertinentes para determinar los impactos en el destino desde una perspectiva crítica.

Objetivos Particulares:

- Incorporar el pensamiento creativo para el desarrollo de proyectos innovadores.
- Aplicar habilidades de investigación y análisis que permitan identificar nuevos productos turísticos y sus servicios complementarios en función tanto de la demanda como de las condiciones del destino.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

- Desarrollar la capacidad de identificar los impactos positivos y negativos asociados con el nuevo producto turístico ofreciendo mecanismos de operación bajo el criterio de la sustentabilidad.
- Capacidad de diseñar el esquema comercial y de comunicación para el nuevo producto turístico de acuerdo a las demandas del mercado meta.

VII. CONTENIDO TEMÁTICO

CAPÍTULO I: Análisis del potencial turístico

- 1.1 Recursos turísticos del territorio
- 1.2 Inventario de recursos turísticos
 - 1.2.1 Técnicas de evaluación de recursos turísticos
 - 1.2.2 Fichas de recursos turísticos
- 1.3 Sistemas de diagnóstico
 - 1.3.1 FODA

CAPITULO 2: Oportunidades de creación, eliminación y modificación de productos turísticos

- 1.4 Elementos de la oferta turística
- 1.5 Niveles de producto turístico
- 1.6 Posicionamiento
- 1.7 Fases del Ciclo de vida de los productos turísticos

CAPITULO 3: Diseño de productos turísticos

- 2.1 La clasificación de los destinos turísticos
- 2.2 Plan de desarrollo del destino turístico

CAPITULO 4: Implementación de los productos turísticos

- 3.1 Análisis de los efectos del desarrollo
- 3.2 Establecimiento de la capacidad de carga
- 3.3 Desarrollo de un producto turístico
- 3.4 Importancia de la creación de una marca y de la imagen de un destino
- 3.5 La puesta en marcha de un producto turístico
 - 3.5.1 Estrategia de un plan de marketing tradicional y digital

CAPITULO 5: Dinamización de los recursos territoriales

- 4.1 Desarrollo local y turismo
- 4.2 Desarrollo local y empleos
 - 4.2.1 Políticas instrumentales de desarrollo
- 4.2 Ayudas y subvenciones
- 4.3 Turismo rural y desarrollo local



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.

1ª. Unidad. Análisis del potencial turístico

Objetivos:

El alumno será capaz de determinar potencial de la oferta de un destino turístico con base en la elaboración de un inventario de recursos turísticos así como de la identificación de factores internos (urbanización, infraestructura, equipamiento, etc.) y externos (accesibilidad, singularidad, etc.) que puedan tener impacto en el destino.

Bibliografía:

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

Actividades:

Realización de tareas para la comprensión de conceptos teóricos.

Metodología:

Los alumnos llevarán a cabo un ejercicio de elaboración de fichas de recursos turísticos para un destino turístico determinado, el formato de fichas a utilizar será el visto en clase.

Adicionalmente la profesora publicará en YouTube un video semanal con una explicación de los temas vistos, cada video se compartirá en Moodle para que pueda ser consultado en cualquier momento (<https://www.youtube.com/channel/UCFCPyw9LojGsBOdKWw5GRZQ/featured>).

También se creará un canal de Facebook para tener una mejor interacción con los alumnos y compartir novedades, artículos de interés o recordatorios sobre la materia.

2ª. Unidad: Oportunidades de creación, eliminación y modificación de productos turísticos

Objetivos:

El alumno podrá reconocer que el diseño de productos turísticos es una actividad clave para alcanzar el desarrollo económico y social de un destino turístico.

Bibliografía:

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

Actividades:

Realización de tareas para la comprensión de conceptos teóricos.

Actividad práctica:

Lectura del documento "Evaluar el potencial turístico de un territorio" elaborado por *Leader European Observatory* de la Unión Europea.

Adicionalmente la profesora publicará en YouTube un video semanal con una explicación de los temas vistos, cada video se compartirá en Moodle para que pueda ser consultado en cualquier momento (<https://www.youtube.com/channel/UCFCPyw9LojGsBOdKWw5GRZQ/featured>).

También se creará un canal de Facebook para tener una mejor interacción con los alumnos y compartir novedades, artículos de interés o recordatorios sobre la materia.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

3ª. Unidad: Diseño de productos turísticos

Objetivos:

El alumno será capaz de analizar los efectos asociados con el desarrollo turístico de manera que sea capaz de identificar con claridad un esquema de crecimiento ordenado para el destino de acuerdo a la etapa del ciclo de vida del destino en la que se encuentre.

Bibliografía:

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

Actividades:

Realización de tareas para la comprensión de conceptos teóricos.

Metodología:

Análisis del caso de Vietnam a través de la lectura "Mekong river-based tourism product development". Desarrollado por la OMT.

Adicionalmente la profesora publicará en YouTube un video semanal con una explicación de los temas vistos, cada video se compartirá en Moodle para que pueda ser consultado en cualquier momento (<https://www.youtube.com/channel/UCFCPyw9LojGsBOdKWw5GRZQ/featured>).

También se creará un canal de Facebook para tener una mejor interacción con los alumnos y compartir novedades, artículos de interés o recordatorios sobre la materia.

4ª: Unidad: Implementación de los productos turísticos

Objetivos:

Derivado del análisis de los efectos positivos o negativos que el desarrollo de un destino turístico puede traer consigo, el alumno podrá idear las herramientas de mercadotecnia más adecuadas para la promoción y comercialización del producto turístico que se pretende lanzar al mercado, reconociendo que se debe asegurar el diseño de un producto de calidad que también responda a las necesidades de la cadena de servicio (tour operadores, agencias de viajes, etc.)

Bibliografía Básica:

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

Actividades:

Realización de tareas para la comprensión de conceptos teóricos.

Metodología:

Lectura del documento "La nueva revolución digital" publicado por la CEPAL, elaboración de una síntesis.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

Adicionalmente la profesora publicará en YouTube un video semanal con una explicación de los temas vistos, cada video se compartirá en Moodle para que pueda ser consultado en cualquier momento (<https://www.youtube.com/channel/UCFCPyw9LojGsBOdKWw5GRZQ/featured>).

También se creará un canal de Facebook para tener una mejor interacción con los alumnos y compartir novedades, artículos de interés o recordatorios sobre la materia.

5ª. Unidad: Dinamización de los recursos territoriales

Objetivos:

El alumno podrá identificar las políticas y programas de desarrollo que permitan un desarrollo económico que beneficie a la comunidad local de un destino turístico.

Bibliografía básica:

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

Actividades:

Realización de tareas para la comprensión de conceptos teóricos.

Metodología:

Lectura del documento "Serbia, travel and tourism development potential 2011-2023" específicamente de la sección "the policy framework for Serbia" elaborado por el World Travel and Tourism Council. El alumno deberá elaborar una síntesis de la estrategia sugerida por la WTTC para el país.

Adicionalmente la profesora publicará en YouTube un video semanal con una explicación de los temas vistos, cada video se compartirá en Moodle para que pueda ser consultado en cualquier momento (<https://www.youtube.com/channel/UCFCPyw9LojGsBOdKWw5GRZQ/featured>).

También se creará un canal de Facebook para tener una mejor interacción con los alumnos y compartir novedades, artículos de interés o recordatorios sobre la materia.

IX. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.

- Díaz, Beatriz (2011-06-22). Diseño de productos turísticos. Editorial Síntesis. Edición Kindle.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- 2015. "La nueva revolución digital". Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <http://www.cepal.org/es/publicaciones/38604-la-nueva-revolucion-digital-la-internet-consumo-la-internet-la-produccion>. CEPAL
- Beyer, Matthias. 2014. "Tourism planning in development cooperation: a handbook". Federal Ministry of Economic Cooperation and Development, Germany. <https://www.giz.de/expertise/downloads/giz2014-en-tourism-handbook.pdf>
- UE. 2015. "Evaluar el potencial turístico de un territorio". Unión Europea.
- "Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales". Gobierno de España.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

- World Travel Organization. 2016. "Mekong river-based tourism product development". UNWTO. Madrid.
- World Travel Organization. 2015. "Tourism for Africa: a tool for development". UNWTO. Madrid.
- World Travel Organization. 2016. "World Tourism Barometer". UNWTO. Madrid.
- World Travel and Tourism Council. 2015. "Travel and tourism, economic impact 2015 México". WTTC.
- World Travel and Tourism Council. 2015. "Serbia Travel and tourism, development potential 2011-2023". WTTC.
- SERNATUR, Chile. 2015. "Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados". www.sernatur.cl
- Destination NSW (New South Wales, Australia). "Developing your tourism product". <http://www.destinationnsw.com.au>

X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR.

El alumno desarrollará habilidades para adquirir conocimiento a través del trabajo en equipo, desarrollar pensamiento crítico a partir del análisis de información y la documentación de fuentes secundarias, así como el desarrollo de ideas propias a partir de este análisis. Debido a que esta materia se imparte en línea el alumno desarrollará también habilidades de comunicación a distancia y autoaprendizaje.

XI. PERFIL DEL PROFESOR.

Profesor con experiencia profesional en el desarrollo y ejecución de proyectos de planeación de destinos turísticos. De igual forma es importante que el profesor cuente con habilidades de manejo de tecnologías de información debido a que la materia se imparte en línea, el uso de herramientas como Moodle, Youtube, redes sociales e incluso *livestream* (transmisiones en vivo).

XII. EVALUACIÓN ASPECTOS A EVALUAR.

El dominio de conceptos relacionados con la importancia del desarrollo de una planación ordenada para un destino turístico.

MEDIOS DE EVALUACIÓN.

Capacidad de auto-aprendizaje e investigación, desarrollo de ideas propias y adecuada documentación bibliográfica, trabajo en equipo para el desarrollo de proyectos, excelente ortografía.

MOMENTOS DE EVALUACIÓN.

Presentación de tareas, elaboración del proyecto final en equipo y evaluación a través del examen parcial.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS.

4 Exámenes rápidos	20 puntos
Tareas	35 puntos
Proyecto final	30 puntos
Video del proyecto final	15 puntos

Proyecto final:

Formación de equipos de 3 personas máximo en el que se diseñará un producto turístico innovador para un destino turístico en México. El contenido del proyecto será una síntesis de los temas vistos en clase presentado en un proyecto escrito con una extensión máxima de 10 páginas y un video de 10 minutos máximo en el que los integrantes expongan los puntos más relevantes de su proyecto.

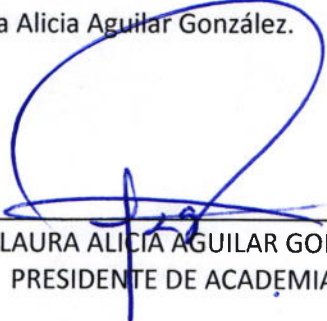
XIII. TIPO DE PRÁCTICAS.

XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA.

Mtra. Aurora Castañeda Botello.


XV. PROFESORES PARTICIPANTES.


Mtra. Laura Alicia Aguilar González.


DRA. LAURA ALICIA AGUILAR GONZÁLEZ
PRESIDENTE DE ACADEMIA


MTRA. MIRIAM DEL CARMEN VARGAS ACEVES
JEFE DEL DEPARTAMENTO

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Costa
Campus Puerto Vallarta


DRA. GLORIA ANGELICA HERNÁNDEZ TOLEDO
DIRECTOR DE LA DIVISIÓN


DIVISION DE ESTUDIOS
SOCIALES Y ECONÓMICOS

