



Escuela Universitaria de Turismo de Cartagena

UPCT



Guía docente de la asignatura:

DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Titulación: GRADUADO EN TURISMO

Curso: ADAPTACIÓN A GRADO

Guía Docente

1. Datos de la asignatura

Nombre		DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO			
Módulo		RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS			
Código		503108004			
Titulación		GRADO EN TURISMO			
Plan de estudios		2010			
Centro		ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO CARTAGENA			
Tipo		OBLIGATORIA			
Periodo lectivo		SEGUNDO CUATRIMESTRE		Curso	ADAPTACIÓN
Idioma		CASTELLANO			
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150
Horario clases teoría		PDTE DE ASIGNAR		Aula	PDTE DE ASIGNAR
Horario clases prácticas		PDTE DE ASIGNAR		Lugar	PDTE DE ASIGNAR

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	PILAR JIMÉNEZ MEDINA
Departamento	Turismo
Área de conocimiento	AmC-7;AmC-8
Correo electrónico	mariapilar.jiménez@upct.es
Horario de atención / Tutorías	PDTE ASIGNAR
Ubicación durante las tutorías	PDTE ASIGNAR

Perfil docente e investigador	<p>Docencia durante el período 1999-2011 de las asignaturas: Gestión y Dirección de Empresas de Alojamiento y Restauración, Gestión y Dirección de Agencias de Viaje, Prácticas en Empresas; docencia durante 2010-2011 de la asignatura: Diseño y Comercialización de Productos Turísticos.</p> <p>Máster Universitario en Turismo por la UPCT desde 2010 (Especialidad en Gestión y Dirección de Empresas Turísticas), Licenciada en Antropología Social y Cultural, Técnico en Empresas y Actividades Turísticas. Investigación en desarrollo de productos y destinos turísticos desde la sostenibilidad.</p>
--------------------------------------	--

3. Descripción de la asignatura

3.1. Presentación

El objetivo básico de la asignatura es introducir al alumno en el aprendizaje del diseño de productos turísticos, así como del proceso de su comercialización. Para ello, se incidirá en el reconocimiento del concepto de producto turístico y se profundizará en los diferentes ámbitos teóricos que afectan a su diseño y su comercialización (precio, comunicación y distribución). En los contenidos se analizarán todos los procesos que intervienen transversalmente en el diseño de productos turísticos, haciendo un seguimiento práctico de casos concretos a nivel nacional, regional y local.

3.2. Ubicación en el plan de estudios

Esta asignatura se destina a los estudiantes del curso de Adaptación a Grado en Turismo, impartándose en el segundo cuatrimestre.

3.3. Descripción de la asignatura. Adecuación al perfil profesional

La importancia del sector Turístico como sector económico dinamizador de la economía de nuestro país y la diversidad de oportunidades de empleo que genera, es fundamental en la decisión de una gran parte de los alumnos de Grado en Turismo a la hora de orientar su futura actividad profesional hacia la especialización en el diseño y comercialización de productos turísticos. El diseño y la comercialización de productos turísticos como actividad profesional, será fundamental a la hora de definir nuestra oferta turística, la demanda hacia la que la queremos orientar, las actuaciones en el espacio geográfico y el desarrollo de la misma en el marco de empresas públicas y privadas que planifiquen e intermedien en este proceso.

3.4. Relación con otras asignaturas. Prerrequisitos y recomendaciones

La complejidad del diseño de productos turísticos y de su comercialización, hace que los contenidos de esta asignatura necesiten de la complementariedad del conocimiento de distintas disciplinas que se abordan dentro del plan de estudios del título de Graduado en Turismo. La geografía y sus herramientas para una adecuada planificación y ordenación del territorio, el derecho fundamental para conocer la legislación a aplicar en cada proceso, el patrimonio natural y cultural, la antropología y la psicología social, los métodos estadísticos, el marketing y las nuevas tecnologías son imprescindibles para el aprendizaje con éxito de esta materia.

4. Competencias

4.1. Competencias específicas de la asignatura

- A. Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- B. Gestionar los recursos financieros.
- C. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas
- D. Analizar la dimensión económica del Turismo.
- E. Reconocer los principales agentes turísticos.
- F. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
- G. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- H. Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.
- I. Gestionar los distintos tipos de empresas turísticas.
- J. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- K. Utilizar y analizar las tecnologías de la información en los distintos ámbitos del sector turístico
- L. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- M. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- N. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación

4.2. Competencias genéricas / transversales

COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- ☒ G01 Capacidad de análisis y síntesis
- ☒ G02 Capacidad de organización y planificación
- ☒ G03 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- ☒ G04 Conocimiento de una lengua extranjera
- ☒ G05 Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- ☒ G06 Capacidad de gestión de la información
- ☒ G07 Resolución de problemas
- ☒ G08 Toma de decisiones
- ☒ G09 Razonamiento crítico

COMPETENCIAS PERSONALES

- ☒ G10 Trabajo en equipo
- ☒ G11 Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- ☒ G12 Trabajo en un contexto internacional
- ☒ G13 Habilidades en las relaciones interpersonales
- ☒ G14 Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad
- ☒ G15 Compromiso ético
- ☐ G16 Aprendizaje autónomo
- ☐ G17 Adaptación a nuevas situaciones
- ☐ G18 Tratamiento de conflictos y negociación
- ☐ G19 Sensibilidad hacia temas medioambientales

COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- ☒ G20 Creatividad e innovación
- ☒ G21 Liderazgo
- ☒ G22 Iniciativa y espíritu emprendedor
- ☒ G23 Motivación por la calidad

4.3. Objetivos generales / competencias específicas del título

- Facilitar el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto del diseño de productos turísticos.
- Plantear unos conocimientos de alto alcance, de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior en relación con cuestiones sociales, humanísticas, geográficas y técnicas.
- Atender a las necesidades específicas de la titulación acerca del conocimiento de habilidades y técnicas de trabajo en lo referente al proceso de comercialización de productos turísticos.

4.4. Resultados esperados del aprendizaje

- 4.4.1. Interpretar, analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- 4.4.2. Comprender la gestión de los recursos financieros en la actividad turística.
- 4.4.3. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas que afectan a las empresas turísticas..
- 4.4.4. Analizar la dimensión económica de la industria turística.
- 4.4.5. Clasificar los principales agentes turísticos.
- 4.4.6. Reconocer posibles problemas y definir posibles soluciones.
- 4.4.7. Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.
- 4.4.8. Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.
- 4.4.9. Reconocer la gestión de los distintos tipos de empresas turísticas.
- 4.4.10. Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos competidores, así como de sus estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- 4.4.11. Reconocer las tecnologías de la información con aplicación directa en los distintos ámbitos del sector turístico.
- 4.4.12. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- 4.4.13. Comprender los planes públicos que afectan al sector privado y las oportunidades que se derivan de ellas.
- 4.4.14. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.

5. Contenidos

5.1. Contenidos según el plan de estudios

Los contenidos de la materia se estructuran en dos bloques: Diseño de Productos Turísticos y Comercialización de Productos Turísticos.

5.2. Programa de teoría

UNIDAD DIDÁCTICA I: DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Tema 1: Introducción al Sector Turístico.

Tema 2: Recursos Turísticos del Entorno.

Tema 3: Planificación Territorial.

Tema 4: Investigación del Mercado Turístico del Entorno.

Tema 5: Creación y Desarrollo de Productos Turísticos Locales y Regionales.

UNIDAD DIDÁCTICA II: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Tema 6: Marketing Turístico.

Tema 7: La Comunicación.

5.3. Programa de prácticas

Para la evaluación del aprendizaje del alumno se realizará una prueba tipo test durante el cuatrimestre. Además se valorará la asistencia a clase y a las salidas de campo que se realicen para el estudio de los distintos productos turísticos que se propongan; y la participación y realización de los supuestos prácticos.

6. Metodología docente

6.1. Actividades formativas			
Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante	ECTS
Clases expositivas	Exposición del contenido teórico de cada tema presentación en PowerPoint y explicación de los aspectos más relevantes. Se usará el aprendizaje cooperativo.	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes complementarios a la información expuesta. Planteamiento de dudas.	1,2
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia.	1,6
Clases Teórico-Prácticas	Análisis, diagnóstico y comentarios sobre los contenidos de la asignatura, exposiciones orales y presentaciones multimedia.	<u>Presencial</u> : Desarrollo de competencias trabajadas.	0,6
		<u>No presencial</u> : Estudio y resolución de las cuestiones planteadas.	0,15
Actividades de Evaluación	Asesoramiento y apoyo para la elaboración de supuestos prácticos de carácter individual sobre las salidas de campo realizadas. Elaboración de cuestionario de examen tipo test obligatorio para superar la asignatura.	<u>Presencial</u> : Exposición y defensa del trabajo individual.	0,35
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia.	2
Tutorías individualizadas	Seguimiento a título individual sobre cuestiones relativas al aprendizaje. Revisión de exámenes y pruebas prácticas.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas en tutoría presencial.	0,05
		<u>No presencial</u> : Estudio de los contenidos y planteamiento de dudas en tutoría presencial	0,05
			6

7. Evaluación

7.1. Técnicas de evaluación				
Instrumentos	Realización / criterios	Peso	Competencias genéricas (4.2) evaluadas	Resultados (4.4) evaluados
Participación activa en clase	Evaluación continua de participación activa en clase.	10%	G01,G02,G03, G06, G07, G08,G09,G10,G11,G12,,G20, G21,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Exposición y Defensa de Trabajo Individual	Se evaluará el trabajo autónomo del alumno en cuanto a reflexión, redacción, presentación y defensa de un tema previamente definido entre los supuestos referidos a las salidas.	10%	G01, G02, G03, G04, G05,G06,G07,G08,G09,G13, G14,G15, ,G20,G22,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Participación Proactiva	Para el adecuado cumplimiento de los criterios de evaluación es obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas, así como de mantener un interés y participación proactiva.	20%	G01,G02,G03, G06, G07, G08,G09,G10,G11,G12, G20, G21,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Actividades de Evaluación	Es obligatoria la evaluación positiva en el examen de evaluación final de los contenidos teórico-prácticos abordados. El examen constará de dos partes: Una primera parte con preguntas de respuesta corta. Supondrá el 80% de la nota total; Una segunda parte con una pregunta de respuesta larga. Supondrá el 20% de la nota final. Para superar el examen hay que obtener al menos un 40% en cada parte.	60%	G01, G02, G03, G06,G09	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15

7.2. Mecanismos de control y seguimiento

- Control regular de asistencia
- Evaluación continua de trabajos realizados en clase.
- Asistencia a tutorías en el horario establecido y publicado en el tablón de anuncios
- Asistencia a seminarios de carácter práctico mediante salidas de campo.
- Entrega o en su caso defensa de supuestos sobre las salidas de campo.
- Examen final

7.3. Resultados esperados / actividades formativas / evaluación de los resultados (opcional)

Resultados esperados del aprendizaje (4.4)	Clases de teoría	Clases ejercicios	Asistencia a seminarios	Evaluación formativa	Trabajo de campo	Prueba teoría	Prueba ejercicios	Prueba oral	Trabajo en grupo	Ejercicios propuestos	Evaluación formativa
4.4.1 Interpretar, analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	X	X	X								
4.4.2 Comprender la gestión de los recursos financieros en las empresas turísticas.	X	X									
4.4.3 Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.	X	X	X								
4.4.4 Analizar la dimensión económica de la industria turística.	X	X									
4.4.5. Clasificar los principales agentes turísticos.	¿	¿	¿								
4.4.6. Reconocer posibles problemas y definir posibles soluciones.	X	X	X								
4.4.7 Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.	X	X	X								
4.4.8 Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.	X	X	X								
4.4.9 Reconocer la gestión de las empresas turísticas.	X	X	X								
4.4.10 Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos competidores, así como de sus estructuras turísticas y sus sectores empresariales.	X										
4.4.11 Reconocer las tecnologías de la información con aplicación directa en el sector turístico.	X	X	X								
4.4.1. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.	X	X	X								
4.4.13. Comprender los planes públicos que	X	X	X								

afectan al sector privado y las oportunidades que se derivan de ellas.
4.4.14. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación

X	X	X		

8. Distribución de la carga de trabajo del alumnado

		ACTIVIDADES PRESENCIALES														ACTIVIDADES NO PRESENCIALES									
		Convencionales					No convencionales																		
Semana	Temas o actividades (visita, examen parcial, etc.)	Clases teoría	Clases Prácticas	Aula informática			TOTAL CONVENCIONALES	Trabajo cooperativo	Tutorías	Seminarios	Visitas	Evaluación formativa	Evaluación	Exposición de trabajos			TOTAL NO CONVENCIONALES	Estudio	Trabajos / informes individuales	Trabajos / informes en grupo			TOTAL NO PRESENCIALES	TOTAL HORAS	ENTREGABLES
1	Tema 1	4	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
2	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
3	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
4	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
5	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
6	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
7	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
8	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
9	Tema 5	2	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
10	Tema 6	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
11	Tema 7	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
12	SALIDA CAMPO I		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
13	SALIDA CAMPO II		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
14	SALIDA CAMPO III		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
15	SALIDA CAMPO IV		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
Periodo de exámenes																									
Otros																									
TOTAL HORAS		33	27				60	20,5	9,5								30	35	25				60	150	

9. Recursos y bibliografía

9.1. Bibliografía básica

- MILLO BALANZÁ I.; *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Thomson-Paraninfo. Madrid, 2004. ISBN: 84-9732-299-1
- GONZÁLEZ BLANCH F.; *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Editex, S. A. Madrid, 2001. ISBN: 84-7131-880-6
- INCUNA (Asociación de Arqueología Industrial); *Didáctica e Interpretación del Patrimonio Industrial*. Gijón, 2005. ISBN: 84-934613-O-X
- CABARCOS NOVÁS N.; *Venta de Servicios y Productos Turísticos*. Editorial Ideas Propias. Vigo 2007. ISBN: 978-84-9839-100-8

9.2. Bibliografía complementaria

- REVISTAS CIENTÍFICAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CARÁCTER GENÉRICO
- REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS