

**Curso:** Licenciatura en Turismo - FHCE

**Asignatura:** Producto Turístico I y II

**Semestre:** Cuarto año, primer semestre (Séptimo semestre)

**Responsable del curso:** Lic. MBA José Luis Camacho

**Tipo de curso:** Teórico – práctico

**Carga horaria:** 96 horas

**Evaluación:** Los estudiantes deberán presentar un trabajo escrito planteando un producto turístico innovador - que puede sustentarse en una marca ya existente en el mercado o en una marca nueva - y lo desarrolle de forma que pueda ser implementado en la próxima temporada estival. Se espera que en el desarrollo del mismo usen la mayor cantidad de conceptos teóricos aprendidos en clase – tanto en Producto I como en Producto II - y de esta forma logren una mayor asimilación de los conceptos estudiados.

**Previas:** Segundo año completo

**Objetivos:**

1. Avanzar en el análisis del espacio turístico y sus diversos elementos;
2. Permitir que el estudiante adquiera el conocimiento y caracterización de los productos del Uruguay;
3. Crear conciencia sobre la relación entre el espacio geográfico uruguayo y las posibilidades de desarrollo de la actividad turística;
4. Profundizar en los aspectos vinculados a la realización de diagnósticos, políticas turísticas y programas de acción;
5. Aportar a la capacidad de implementar y/o evaluar productos turísticos de altos componentes diferenciadores teniendo en cuenta la calidad, diversidad, singularidad y autenticidad del producto.
6. Investigar los factores que intervienen en la composición del Producto Turístico.
7. Analizar el proceso de desarrollo de los Productos Turísticos.
8. A partir de los diferentes productos y actores turísticos , conceptualizar las diferentes formas que existen de agrupación de los mismos para lograr una mejor propuesta hacia el turista.
9. Comprender la realidad del medio y cuáles son las bases, tanto para el desarrollo por parte de privados como de las políticas gubernamentales para el desarrollo de productos turísticos.

**Contenido:**

1. **El Producto Turístico.** Revisión conceptual de producto. Discusión de lo turístico. Definición y delimitación de la expresión Producto Turístico.

Macroproducto (Producto Turístico Global) y microproducto. La dimensión espacial del concepto, los destinos.

2. **El PT en el Uruguay.** Evolución histórica de su abordaje desde la institucionalidad pública. El Proyecto Plurinacional de Desarrollo Turístico. La revisión de los años '90 en el marco del Informe de Consultoría. El plan nacional de turismo sostenible 2009-2020.
3. **Los PT en la escala departamental.** Conceptos básicos. La mirada desde la institución Intendencia Municipal. El abordaje desde el sector privado. Análisis de casos.
4. **La elaboración de Productos Turísticos.** La perspectiva territorial en la construcción de productos. La perspectiva política administrativa en el diseño de productos turísticos.
5. **Evaluación del Producto Turístico.** Composición. Niveles. Accesibilidad. Marca. Factores que influyen en la composición de un Producto Turístico.
6. **Desarrollo de nuevos Productos Turísticos.** Búsqueda y generación de ideas. Test de concepto. Estrategia de Marketing. Análisis del negocio. Test de producto. Test de mercado. Comercialización. Ciclo de vida del producto
7. **Tipología de Productos.** Las diferentes clasificaciones de productos que se pueden realizar a partir de una segmentación basada en las características de las actividades que se desarrollan. Ejemplos de Uruguay y Argentina.
8. **Asociación de Productos.** La realidad comercial implica que tanto el desarrollo como la presentación de los Productos Turísticos se proponga desde un punto de vista colectivo asociándose a tal fin los operadores, permitiendo aunar esfuerzos para ofrecer Productos Turísticos más atractivos para el turista.
9. **Situación del sector.** La visión del desarrollo del sector a partir de experiencias concretas sobre el tema y visiones de las políticas de estado sobre la concepción de los Productos Turísticos.

### **Bibliografía:**

- ALTEZ, Carmen (1994). *Marketing y Turismo*. Síntesis. Madrid.
- AUGÉ, Marc (1997). *El viaje imposible*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- BARRERA, Ernesto, (2009). Módulo 3. *Desarrollo de productos turísticos rurales*. Fauba. Área de turismo rural. Postgrado en Alta Dirección en Turismo Rural. Buenos Aires.
- BERTONCELLO, Rodolfo (1998). *Turismo "alternativo", ¿una nueva forma de consumo del patrimonio natural?* En GeoUruguay Nº 2. Edit. Fin de Siglo.
- BOULLON, Roberto (1985). *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas México.
- BOULLON, Roberto (1996). *Proyectos turísticos*. Editorial Diana, México.
- BOULLÓN, Roberto (1986). *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Traillas. México.

CARDENAS, F. (1996). *Proyectos turísticos*. Ed. Trillas, México.

CHAN, Nélica (1994). *Circuitos turísticos, Programación y cotización*. 2da. Ed. Librerías Turísticas. Buenos Aires.

EXCELTUR (2003). *Cluster Turístico*. Madrid

LÓPEZ, Álvaro (1998). *Turismo rural en el Uruguay*. En Turismo y Cultura, Edit. Funece, Fortaleza.

MINCETUR. *Marco teórico de competitividad 1: el cluster de turismo*. <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/otros/pentur/pdfs/anexo21.pdf> (Acceso Octubre 2010)

HALL, Michael (2001). *Planejamento turístico. Políticas, processos e relacionamentos*. Ed. Contexto, San Pablo.

KOTLER, Philip, BOWEN, John, MAKENS, James (2004). *Marketing para Turismo*. 3ra. Ed. Pearson. Madrid.

KOTLER, Philip, GERTNER, David, REIN, Irving, HAIDER, Donald (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos*. Pearson. México.

KOTLER, Philip, BOWEN, John, MAKENS, James (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Prentice Hall. Mexico.

LICKORISH, L. (coord.) (1994). *Desarrollo de destinos turísticos*. Ed. Diana, México.

MILIO BALANZÁ, Isabel (2000). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Paraninfo.. Madrid.

MINTUR (1995). *Programa de Cooperación para el Sector Turístico entre la Comisión de las Comunidades Europeas y la República Oriental del Uruguay*. Informe final.

MINTUR. Estadísticas anuales.

MINTURD – BID (2009). *Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009 – 2020*. En [http://www.mintur.gub.uy/novedades/Plan%20Turismo%20Sostenible\\_final.pdf](http://www.mintur.gub.uy/novedades/Plan%20Turismo%20Sostenible_final.pdf).

MONTANER MONTEJANO, Jordi (1996). *Estructura del mercado turístico*. Editorial Síntesis, Madrid.

OEA (1987). *Proyecto Plurinacional de Desarrollo Turístico. Desarrollo turístico del Uruguay*. Washington.

OMT, SANCHO, Amparo (Coord.) (1998). *Introducción al Turismo*. OMT. Madrid.

PEARCE, Douglas (1988). *Desarrollo Turístico. Su Planificación y ubicación geográficas*. Editorial Trillas, México.

PEÑA, Carlos (1997). *El turismo en el Uruguay*. En GeoUruguay N° 1. Edit. Fin de Siglo.

PEÑA, Carlos (2006). *Mapa turístico del Uruguay*. En Geoespacio N° 32. Revista de la Asociación Nacional de Profesores de Geografía, Montevideo, Uruguay.

PORTER, Michael (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. CECSA. México.

PUNZO, LIONELLO (2006). *Diagnóstico participativo del cluster Turismo de Punta del Este*. PACPYMES. Punta del Este.

*¿Qué es un clúster turístico?... ¿Y para qué sirve?* (2008). <http://clan-destinos.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/> (Acceso Octubre 2010)

SECTUR (1998 ?). *Cómo desarrollar productos turísticos competitivos. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística*. Secretaría de Turismo de México,

SERNATUR (2008). *Lineamientos generales para el desarrollo de productos turísticos*. Departamento de Promoción. Chile.