



Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Licenciatura en Turismo

Unidad curricular: Producto Turístico

Área Temática: Operativa

Semestre: Impar

Responsable del curso: Prof. Adj. José Luis Camacho

Encargado del curso: Prof. Adj. José Luis Camacho

Otros participantes del curso: Ay. Elvira Demasi

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	96 horas
Trabajos domiciliarios	SI
Plataforma EVA	SI
Trabajos de campo	SI
Monografía	SI
Otros – Trabajo grupal en clase	SI
TOTAL DE CRÉDITOS	13

Asistencia	Obligatoria X
-------------------	----------------------

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

Forma de evaluación:

Primera prueba: valor 30 puntos y segunda prueba: valor 40 puntos, más trabajo grupal o individual (1 o varios) valor 30 puntos (a realizar en clase – domiciliaria – por Eva), total de la segunda evaluación: 70 puntos.

Conocimientos previos requeridos:

Marketing Turístico

Objetivos:

- Avanzar en el análisis del espacio turístico y sus diversos elementos;
- Permitir que el estudiante adquiera el conocimiento y caracterización de los productos del

Uruguay;

- Crear conciencia sobre la relación entre el espacio geográfico uruguayo y las posibilidades de desarrollo de la actividad turística;
- Profundizar en los aspectos vinculados a la realización de diagnósticos, políticas turísticas y programas de acción;
- 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.
- Investigar los factores que intervienen en la composición del Producto Turístico.
- Analizar el proceso de desarrollo de los Productos Turísticos.
- 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.
- 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.

Contenidos:

- **El Producto Turístico.** Revisión conceptual de producto. El concepto de ambiente como contenedor de los Productos Turísticos. Diseño del producto, niveles, marca empaque, servicios. Cartera de productos.
- **Marca.** La marca como componente visual del Producto Turístico. Decisiones sobre la marca. Marca país y marca ciudad como elemento para el posicionamiento del Producto Turístico a ofrecer.
- **Tipología.** Análisis de las diferentes tipologías del Producto Turístico – Negocios, cultural, incentivos, convenciones y congresos, salud, religioso, sol y playa, deportivo, ecoturismo, rural – como elemento para el desarrollo de estrategias específica para cada tipo.
- **Asociación de productos.** La asociación de productos en estructuras de mayor tamaño que permiten una mejor y mayor presencia en el mercado. Cluster, redes, circuitos, rutas, territorios.
- **Evaluación del Producto Turístico.** Composición. Niveles. Accesibilidad. Marca. Factores que influyen en la composición de un Producto Turístico.
- **Desarrollo de nuevos Productos Turísticos.** Búsqueda y generación de ideas en el par producto / mercado. Análisis de información primaria y secundaria. Cálculo de la demanda. Competitividad y atractividad del mercado. Inventario de elementos turísticos. Test de concepto. Estrategia de Marketing. Análisis del negocio. Test de producto. Test de mercado. Comercialización. Ciclo de vida del producto

- **Ordenamiento territorial.** Planificación del territorio, análisis de recursos, Del producto turístico al ordenamiento territorial. Etapas. Definiciones de ordenamiento Teritorial.
- **Diferenciación.** Conceptos generales. Dimensiones de la diferenciación. Factores determinantes.

Bibliografía básica:

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1. ALTEZ, Carmen (1994). *Marketing y Turismo*. Síntesis. Madrid.
2. BARRERA, Ernesto, (2009). Módulo 3. *Desarrollo de productos turísticos rurales*. Fauba. Área de turismo rural. Postgrado en Alta Dirección en Turismo Rural. Buenos Aires.
3. BOULLON, Roberto (1985). *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas México.
4. CARDENAS, F. (1996). *Proyectos turísticos*. Ed. Trillas, México.
5. CHAN, Nélida (1994). *Circuitos turísticos, Programación y cotización*. 2da. Ed. Librerías Turísticas. Buenos Aires.
6. KOTLER, Philip, BOWEN, John, MAKENS, James (2004). *Marketing para Turismo*. 3ra. Ed. Pearson. Madrid.
7. KOTLER, Philip, BOWEN, John, MAKENS, James (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Prentice Hall. Mexico.
8. MILIO BALANZÁ, Isabel (2000). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Paraninfo.. Madrid.
9. MINTUR (2011) *Manual de Productos Turísticos*. Ministerio de Turismo. Montevideo.
10. OMT, SANCHO, Amparo (Coord.) (1998). *Introducción al Turismo*. OMT. Madrid.

Año 2016