

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Diseño y Creación de Productos Turísticos
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Turismo
GRUPO: 1718-M
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
SEMESTRE: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: Luis Ángel Díez Martín
EMAIL: ladiez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 15:00 horas
BREVE CV: Egresado Grado en Turismo por la UEMC. Experiencia en formación desde 1991 cursos Ecyt y Turismo .Técnico en Fundación Siglo para el Turismo y las Artes en labores de creación de producto turístico y promoción y comercialización nacional e internacional. Miembro del Club Emprende de Valladolid y asesor en números proyectos turísticos , colaborador en medios de comunicación ,radio y revistas especializadas en turismo .

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura se basa en conocer los mecanismos que influyen en el desarrollo económico del turismo desde la creación y el diseño del producto interpretando los datos del mercado y realizando un análisis profundo de los recursos.

Profundizando en la innovación y la creatividad pero sin perder de vista la rentabilidad económica y social y generando un espíritu crítico hacia los datos estadísticos y los destinos turísticos valorando su viabilidad y desarrollo sostenible. El planteamiento de Recursos Turísticos en un destino es un aspecto fundamental en el desarrollo de los mismos, pero para poder poner en valor los mismos, es fundamental que adquieran el formato de Productos turísticos, ya que estos engloban todos los aspectos principales de la Estructura turística, a la que dan una cohesión característica, sin la cual no sería posible el uso de las bases sobre las que se debe asentar un destino.

Para ello es imprescindible saber identificar, desarrollar y dar forma a un producto turístico, lo que se lleva a cabo con nuestra asignatura.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

- La signatura e basa en un 75 % en la elaboracion de un producto turistico real como ejercicio de implementacion de la teoria.
- La teoroa dividada en 4 grupos tematicos esta orientada a la ap'licacion practica en la elaboracion del

producto para lo cual se utilizan 5 fichas técnicas que paso a paso desarrollan la estructura del producto turístico.

- Los flujos turísticos y el crecimiento económico. Básicamente nos orienta de cual es la demanda turística en nivel global y que productos demandan los distintos países de turismo.
- Las magnitudes del turismo. Conocer cual es la aportación económica del turismo al PIB y que indicadores no hablan del turismo a nivel económico.
- Identificación de recursos turísticos. La base y único eslabón para la creación de un producto turístico es saber identificar que recursos son susceptibles de convertirse en un producto y cuales no.
- Diseño de producto. La estructura, desde la identificación del recurso hasta la elaboración de una ruta pasando por la imagen, la segmentación del mercado y los elementos básicos del marketing.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Videos. Mapas, Internet, Publicaciones y folletos turísticos, conferencias de expertos

Fichas técnicas de trabajo Guión de producto

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Toma de decisiones
- CG02. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- CG03. Trabajo en equipo
- CG04. Capacidad de análisis y síntesis
- CG05. Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- CG06. Resolución de problemas
- CG07. Razonamiento crítico y autocrítico
- CG08. Compromiso ético
- CG09. Aprendizaje autónomo
- CG10. Adaptación a nuevas situaciones
- CG12. Capacidad para concienciarse de la importancia del turismo como vehículo para difundir y fomentar una actitud de reconocimiento de otras culturas, y de respeto hacia los derechos y libertades fundamentales, la igualdad y los valores propios de una democracia y de una cultura de paz

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE03. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
- CE06. Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- CE11. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales
- CE13. Manejar técnicas de comunicación
- CE14. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
- CE17. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
- CE23. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico
- CE24. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado
- CE27. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación
- CE31. Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas
- CE32. Creatividad
- CE33. Iniciativa y espíritu emprendedor
- CE34. Motivación por la calidad

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Desarrollar una visión amplia del fenómeno turístico

- Interpretar el entorno económico y sus efectos en el turismo
- Evaluar y comparar diferentes alternativas de política turística
- Razonar el papel de las TIC en el turismo.
- Comprender el funcionamiento de los sitios web de los destinos turísticos.
- Desarrollar una capacidad crítica respecto a la consideración de cualquier elemento susceptible de ser valorado como Recursos Turístico.
- Estudiar las técnicas necesarias para crear una buena imagen de la organización.
- Aprender a mantener la satisfacción dentro de la organización.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

(Acerenza M, 1993:23) Acerenza Miguel Ángel - Promoción Turística: un enfoque metodológico. 1993. Editorial Trillas.

(Boullon, 2004:14). Boullon Roberto - Marketing Turístico: una perspectiva desde la planificación. 2004. Ediciones Turísticas

Kotler Phillip y Otros. - Marketing para Turismo. 2004. Editorial Pearson Prentice Hall (Kotler P, 2004:7)

UIOTT, Definición del turismo, 1960. En Getino Octavio. Turismo entre el ocio y el negocio. 2002. Ediciones Ciccus.

LA EMPRESA Y EL PRODUCTO TURISTICO

ALBERT BLASCO PERIS

CIVITAS EDICIONES, S.L., 2002

MARKETING DEL TURISMO RURAL (2ª ED.)

BLANCA GARCIA HENCHE

PIRAMIDE, 2006

GEOGRAFIA MUNDIAL DEL TURISMO

DIEGO BARRADO

SINTESIS, 2001

RUTAS E ITINERARIOS TURISTICOS EN ESPAÑA

JULIA GOMEZ PRIETO

SINTESIS, 1991

MANUAL DE ESTADISTICA DESCRIPTIVA APLICADA AL SECTOR TURISTICO

CARMEN FERNANDEZ AGUADO

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Textos de Roberto Boullon, Miguel Ángel Acerenza y Phillip Kotler., Boletín turístico Hosteltur,
Revista ARGÍ, Revista Turismo de Castilla y León

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

<http://www.ine.es>, www.turismocastillayleon.com; www.tourspain.es; www.spain.info.es

Paginas de referencia tanto en la oferta del producto como en los datos del mercado turistico.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Catalogos de producto de operadores turisticos.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Clases presenciales con participación directa por parte de los alumnos

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Semana 1: Introducción a la asignatura. Proyecto INDIVIDUAL creación de producto

Semana 2: Proyecto INDIVIDUAL

Semana 3-4: Proyecto INDIVIDUAL

Semana 5-6: Tema 1. Los flujos turísticos y el crecimiento económico

Semana 7-8-9: Tema 2. Las magnitudes del turismo

Semana 10-11-12-13: Tema 3. Identificación de recursos turísticos

Semana 13-14: Tema 4 Diseño de producto

Semana 15: Revisión de conceptos

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	EO	EE
Práctica de Recursos		X		X		X		X		X		X		X		X	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

Las pruebas trabajos y proyectos que se realicen a lo largo del curso serán:

- Semana 1-2-3: Trabajo de desarrollo: Trabajo INDIVIDUAL sobre la creación de un Producto turístico ejercicio de recursos 20%
- Semana 4 a 12: Pruebas de desarrollo: elaboración de las fichas de producto
- Semana 13: entrega de la fichas 20%
- Semana 14: Presentación del trabajo práctico individual (10% presentación técnica y 30% contenido) realizado sobre algún tema de actualidad a partir de las directrices que el profesor proponga en clase.
- Semana 15: Tutoría final

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Trabajos y proyectos	40%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	20%
Pruebas objetivas	20%

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación

excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.