



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Gestión de Producto y Destino Turístico
CÓDIGO	:	TU23
CICLO	:	201701
CRÉDITOS	:	4
SEMANAS	:	16
HORAS	:	2 H (Práctica) Semanal /2 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Turismo y Administracion

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

La asignatura forma parte del área profesional del Turismo y la Administración, de carácter teórico-práctico dirigido a estudiantes del décimo ciclo, y busca desarrollar la competencia específica de Diseño de Productos Turísticos.

El curso permitirá que el alumno obtenga competencias y conocimientos sobre el funcionamiento y características de las nuevas destinaciones turísticas y cómo se pueden gestionar espacios turísticos de calidad. Serán capaces de identificar los elementos claves para la gestión de los destinos turísticos, así como escenarios futuros a los cuales podrían enfrentarse en el campo laboral y turístico.

A nivel profesional la transferencia de conocimientos actuales propiciará la comprensión del alumno sobre la importancia de contar con destinos turísticos de calidad y a través del contraste constante con la realidad actual que sea capaz de proponer estrategias para una gestión óptima de los destinos turísticos, a partir de casos reales, así como soluciones y estrategias para el desarrollo turístico.

Asimismo se desarrollara en el alumno la capacidad de análisis constante, la innovación, y que manejen las tendencias actuales en cuanto al turismo nacional e internacional. Estas competencias permitirán que sean capaces de tomar decisiones en campo y ejecuten en el campo laboral proyectos factibles, que lleven a cumplir con las metas trazadas.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante propone nuevas estrategias y soluciones para una gestión óptima de productos y destinos turísticos, a partir del análisis crítico de la realidad actual del turismo nacional e internacional.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante analiza los elementos de la gestión de los espacios turísticos., como la administración de los medios técnicos para desarrollar espacios de calidad.

TEMARIO

Semana 1:

- * Definición, conceptos y características de la Gestión turística.
- * Geografía Turística Nacional.

Semana 2:

- * Geografía Turística Sudamérica.
- * Implicancias: mercado, turistas, tendencias.

Semana 3:

- * Geografía Turística Centro y Norte América.
- * Los productos turísticos.

Semana 4:

- * Geografía Turística Europea.
- * Tipos de destinos turísticos.
- * Importancia de la gestión de destinos.

Semana 5:

- * Geografía Turística Asiática.
- * Desarrollo de destinos turísticos.

Semana 6:

- * Geografía Turística de África y Oceanía.
- * Administración de medios económicos y técnicos.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 1, 2, 3, 4, 5 y 6

UNIDAD N°: 2 PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante evalúa planes de desarrollo turístico, a partir de las distintas formas de gestión.

TEMARIO

Semana 7:

- * Instrumentos de gestión.
- * Plan de Desarrollo Turístico.

Semana 8:

- * Evaluación Parcial.

Semana 9:

- * Tipos de planes de desarrollo.
- * Perspectivas de desarrollo turístico.
- * Vínculos público ¿ privado.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 7, 8 y 9

UNIDAD N°: 3 GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante propone soluciones a través de nuevas herramientas de gestión para el cumplimiento de los planes de desarrollo turístico municipal.

TEMARIO

Semana 10:

- * Rol de los municipios en la gestión de destinos turísticos.
- * Liderazgo municipal.
- * Funciones del municipio en materia turística.

Semana 11:

- * Administración municipal de destinos.
- * Organización municipal.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 10 y 11

UNIDAD N°: 4 ENTES GESTORES Y CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante formula estrategias para cada etapa de crecimiento del destino turístico.

TEMARIO

Semana 12:

- * Concepto de OGD - Ente Gestor.
- * Características y funciones principales.

Semana 13:

- * Gestión de las organizaciones.
- * Definiciones del ciclo de vida de destinos y productos

Semana 14:

- * Etapas del ciclo de vida de los destinos.
- * Gestión de destinos en las etapas del ciclo de vida.

Semana 15:

- * La competitividad de los destinos turísticos.
- * Entrega de Trabajo Final.

Semana 16:

* Exposición de los Trabajo Final.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 12, 13, 14, 15 y 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso se desarrollará en cuatro horas por semana, de teoría y práctica. Las prácticas están referidas a la participación activa de los estudiantes, a través de debates, ejercicios, análisis, investigación, talleres y casos prácticos vinculados con la teoría, realizados en clase. Así como, presentaciones de multimedia, videos, materiales ilustrativos sobre el curso y dinámicas de grupo.

La asignatura, se desarrollará con casos adaptados a la realidad turística actual, de este modo se desarrollará un análisis exhaustivo de los conceptos y tendencias referidos a la gestión de los destinos turísticos. Se desarrollarán los lineamientos claves para la gestión de espacios turísticos, e incentivará la participación analítica y crítica del estudiante ante el desarrollo turístico nacional permitiéndole aplicar herramientas modernas.

Las unidades de aprendizaje que se trabajarán, están relacionadas a brindar un marco teórico de la situación actual del turismo, teniendo en cuenta su carácter cambiante, análisis del turismo internacional y el turismo nacional como marco para el estudio de los destinos turísticos y todos aquellos elementos que lo conforman como el recurso turístico, materia prima para el diseño de productos de calidad; reforzamiento del planeamiento estratégico base, y análisis de coyunturas que envuelven a las actividades turísticas.

Por otro lado, se realizarán ejercicios con estudios de casos reales que permitan observar las diferencias y la importancia de estos elementos en la gestión. Ello con el objetivo que el estudiante pueda realizar contrastes y efectuar ajustes en la administración de los destinos para la calidad.

Al terminar el semestre académico cada uno de los estudiantes elabora y sustenta trabajos de investigación, trabajos prácticos y de análisis, creando y diseñado nuevas propuestas para la gestión de espacios turísticos.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

5% (DD1) + 20% (EA1) + 10% (DD2) + 15% (PC1) + 20% (TF1) + 20% (EX1) + 10% (TA1)

TIPO DE NOTA	PESO %
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	5
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
PC - PRÁCTICAS PC	15
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	10
TF - TRABAJO FINAL	20
EX - EXPOSICIÓN	20

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 4	Unidad 1	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Unidades 1 y 2	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 12	Unidades 1 - 4	NO
PC	PRÁCTICAS PC	1	Semana 13	Unidades 1 - 4	SÍ
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	2	Semana 14	Unidades 3 y 4	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 15	Unidades 1 - 4	NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 16	Unidades 1 - 4	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

ACERENZA, Miguel Ángel (2003) Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual. Mar del Plata, Argentina : Universidad Nacional de Mar del Plata.

(338.4791 ACER/G)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

BOYDY, Stephen y BUTLER, Richard (1996) Seeing the forest through the trees: using geographical information systems to identify potential, ecotourism sites in Northern Ontario, Canada. Practicing responsible tourism: international case studi. Primera. New York.

DORADO, José Antonio (2004) Organización y control de empresas en hostelería y turismo. Madrid : Síntesis.

(647.94068 DORA)

EJARQUE, Josep., (2005) Destinos turísticos de éxito : diseño, creación, gestión y marketing. Madrid : Piramide.

(658.8043384 CAST)

HILL Charles W. L.Jones, Gareth R. y SCHILLING, Melissa A., (2015) Administración estratégica : teoría y casos. Un enfoque integral. México, D.F. : Cengage Learning Editores.

(658.4012 HILL/E 2015)

REGALADO PEZÚA, Otto (2010) La planificación estratégica en turismo: conceptos, modelos y pautas. Segunda. México, D.F..

SARASA, José Luis Andrés (1999) Disfuncionalidades en la percepción del binomio turismo / desarrollo, TUR, A. Aledo y MARTINEZ, T. M. (1998) Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante),

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA (1999) La planificación turística de los espacios naturales y rurales. turismo en espacios naturales y rurales. Primera. Valencia.

VALLS, Josep-Francesc y BUSTAMANTE, Xavier (2004) Gestión de destinos turísticos sostenibles. Primera. Barcelona.

ZIPF, Alexander y MALAKA, Rainer (2001) Developing location based services for tourism: the service providers' view. Information and Communication Technologies in Tourism 2001. 27 de julio de 2016.