

ANEXO

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: TALLER II

Carácter de la asignatura: Obligatoria.

Cátedra/Departamento: Cátedra de Turismo Rural – Departamento de Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola.

Carrera: Tecnicatura en Turismo Rural

Año lectivo: Desde 2021

2.- CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Ubicación en el plan de estudio: Tercer año

Duración: Anual.

Profesora responsable de la asignatura: Lic. Valeria María Noel Di Pierro.

Carga horaria para el estudiante: NOVENTA Y SEIS (96) horas

Correlativas requeridas:

Aprobada

Taller 1

Modalidad: Taller

3.- FUNDAMENTACIÓN

Este taller fue creado para dar respuesta práctica a la integración de varias asignaturas clave, relacionadas al diseño y desarrollo de proyectos en el ámbito rural. Para ello la asignatura brindará herramientas para detectar las nuevas oportunidades existentes en el medio rural y así integrar los productos turísticos en los destinos rurales. Dichos destinos actuales y potenciales podrán geolocalizarse en el ámbito nacional, provincial y/o municipal, generando rutas y circuitos turísticos, basados en la historia, la música, la literatura, la producción, la gastronomía, la naturaleza, etc. Los componentes centrales para el desarrollo de un Destino o Producto turístico rural se basan en la investigación del objeto, en la identificación, clasificación y jerarquización de recursos naturales y culturales, para transformarlos en atractivos turísticos, cuyos requisitos responderán a la innovación, diferenciación y autenticidad. Estas oportunidades detectadas serán potenciales para desarrollar un producto turístico en un destino rural incorporando criterios de accesibilidad, desarrollo sostenible, calidad y competitividad.

Asimismo, el análisis de mercado tiene por objetivo identificar las características y tendencias del mercado turístico, ya sea para caracterizar los segmentos de mercado que suponen una oportunidad de negocio para el producto o para adaptar dicho producto a las características y tendencias de la demanda.

Se espera que, al finalizar el taller, el estudiante esté capacitado para poder planificar, desarrollar y operar un proyecto, en torno a la aplicación sistemática de gran parte de los conocimientos adquiridos durante la carrera, en varias asignaturas ya cursadas y principalmente en este.

4.- OBJETIVOS

Objetivo General

Que el estudiante disponga de herramientas que le permitan desarrollarse en lo referente a planificación, desarrollo y operación de productos y destinos turísticos en medios rurales, contribuyendo así al perfil profesional del Técnico en Turismo Rural, en temas específicos que conciernen al funcionamiento y ejercicio del mismo.

Objetivos Específicos

Que el estudiante:

- Disponga de herramientas útiles y prácticas para la creación, estructuración y desarrollo de productos.
- Desarrolle habilidades específicas para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.
- Adquiera habilidades para el trabajo en equipo.
- Desarrolle capacidades para promover productos/destinos incorporando criterios de accesibilidad, desarrollo sostenible y calidad.
- Se capacite y se profesionalice en el uso de herramientas que posibiliten mejorar la competitividad de los destinos turísticos en el medio rural.
- Disponga de herramientas que posibiliten individualizar negocios, tanto para destinos como para emprendimientos, a fin de que a partir de una idea pueda construirse, mediante un proceso de planificación específico, la implementación de productos turísticos rurales.
- Adquiera conocimientos que permitan la aplicación de un proceso sistemático de análisis y valoración de diversas variables, aspectos, factores y alternativas, en pos del desarrollo de un producto turístico, ya sea para una organización o para un destino.

5.- CONTENIDOS

Contenidos mínimos

Diseño y desarrollo de atractivos turísticos. Contexto turístico internacional y nacional. Perspectivas y tendencias. Estrategia-país para el desarrollo de productos turísticos. El desarrollo de productos turísticos. Destino turístico y producto turístico. Ciclo de vida de destinos y productos turísticos. La planificación y el desarrollo de productos turísticos. Proceso de estructuración de productos turísticos. La idea. Análisis de mercado y análisis de localización. Desarrollo del concepto. Diseño detallado de producto. Construcción social de destinos y atracción turística. Organización y gestión del producto. Infraestructura pública. Las empresas y los recursos humanos. Productos turísticos clave para la diversificación de la oferta turística del turismo rural. De los balnearios a los atractivos de nicho. Naturaleza, cultura e historia. Valorización de elementos, cualidades, condiciones, procesos (materiales e intangibles). Localización y evaluación de los atractivos turísticos. Atractivos construidos. Museos, zoológicos, botánicos, mariposarios, parques temáticos y otros. Organización de fiestas y eventos. Plan de implementación. Promoción y comercialización de productos turísticos, análisis de viabilidad.

Contenidos desarrollados

Unidad 1: Tendencias del turismo.

Tendencias del turismo en el mundo, en Argentina y particularmente en el medio rural. Análisis de casos. El futuro del trabajo en turismo. Desarrollo de competencias en turismo aplicado al medio rural. La importancia de la OGD (Organización de Gestión de Destinos). Innovación turística. Competitividad de un destino turístico. Calidad de un destino turístico. Cadena de valor del turismo.

Unidad 2: Producto y/o destino turístico rural.

De recurso a atractivo. De atractivo a producto. Conceptualización y características. Localización, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos. Valorización de elementos, cualidades, condiciones, procesos (materiales o intangibles). Diferencias entre destinos y productos turísticos. Características y componentes. Ciclo de vida. Beneficios del turista. Elementos del producto turístico. Proceso de prestación de servicios.

Unidad 3: Análisis del medio del producto/destino.

Herramientas para analizar la situación actual del producto/destino. Análisis de mercado específico. Identificar los datos más importantes acerca del mercado. Relación oferta y destino. Marco vigente del sector afectado.

Unidad 4: Proceso de estructuración de productos y destinos turísticos.

Idea original. Selección de una idea-proyecto. Diseño conceptual del producto. Diseño de un modelo de negocios. Recursos clave y propuesta de valor. Recursos para la implementación. Estructura organizacional. Comercialización. Recursos financieros. Plan de negocios. Presentación de proyectos.

6.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA y FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA

Los contenidos se impartirán en forma teórico-práctica, considerando al alumno como centro del aprendizaje. La construcción del conocimiento se llevará a cabo en forma conjunta entre docentes y alumnos, existiendo espacios para plantear problemáticas actuales y específicas tratadas en el respectivo taller, para el desarrollo de las actividades pertinentes.

A pesar de tratarse de un taller presencial, el uso de una plataforma educativa como complemento favorecerá la frecuencia del contacto docente/alumno y facilitará a estos últimos la posibilidad de realizar consultas y ajustes permanentes a sus actividades. Asimismo, permitirá la intervención del docente en etapas procesuales, aún fuera del aula de clases.

Se realizarán viajes de estudio que serán de carácter obligatorio, para que los estudiantes puedan llevar su aprendizaje de lo teórico a lo práctico. Dichos viajes serán pautados al inicio de la cursada, con fecha y localización, esta última, de ser posible, a una distancia aproximada de no más de 100 km de CABA, para dar lugar a un viaje de estudio exhaustivo y la puesta en práctica de las herramientas brindadas en el taller.

A lo largo del desarrollo de cada Unidad, los alumnos, en forma individual o grupal, deberán desarrollar y entregar en tiempo y forma, distintas prácticas que serán tenidas en cuenta para la acreditación de los conocimientos correspondientes a las mismas. De ser necesario, existirán instancias de recuperación.

7.- FORMAS DE EVALUACIÓN

Dos evaluaciones parciales escritas, una al finalizar cada cuatrimestre.

Se puede recuperar uno de los dos parciales si hubiera obtenido una calificación inferior a 4 (cuatro) puntos.

Cuatro trabajos prácticos escritos, uno por cada unidad temática aprobados con nota en escala numérica de 0 - 10 puntos, que constituyen una forma de evaluación continua y formativa, con intercambios progresivo con los docentes.

Como resultado del desempeño, el alumno al finalizar el curso quedará en alguna de las siguientes condiciones:

1) REGULAR – requisitos -

a) Haber cumplido con al menos el 75 % de la asistencia a las clases

b) Haber aprobado con nota igual o superior a 4 e inferior a 7 puntos cada uno de los parciales o uno de los parciales y el recuperatorio, en caso de no haber alcanzado al menos 4 puntos en uno de los exámenes parciales.

c) Haber aprobado los trabajos prácticos con una nota igual o superior a 4 (cuatro) puntos.

Para aprobar la asignatura se deberá aprobar un examen final escrito que consistirá en una instancia escrita y otra instancia oral.

Esta condición se pierde si a) transcurren dos años sin que se apruebe la asignatura o b) se obtuvo una nota insuficiente en cuatro exámenes finales de la asignatura

2) PROMOCIÓN SIN EXAMEN FINAL – requisitos -

a) Haber cumplido con al menos el 75 % de la asistencia a las clases

- b) Haber alcanzado una nota igual o superior a 7 (siete) puntos en las evaluaciones parciales en promedio, con un mínimo de 4 puntos en cada una.
- c) Haber aprobado los trabajos prácticos con una nota igual o superior a 7 (siete).
- d) Haber asistido a al menos un viaje por cuatrimestre.

3) LIBRE

- a) No haber cumplido con al menos el 75 % de la asistencia a las clases.
- b) No haber aprobado alguno de los parciales con nota 4 (cuatro) puntos o no haber cumplido con los requisitos de los trabajos prácticos.

Libre

Los estudiantes que cursen la asignatura y no alcancen algunas de las condiciones mencionadas anteriormente quedarán "libre".

No se contempla como resultado de la cursada de la materia la condición de "Asistencia Cumplida".

Por las características no se prevé la aprobación de la asignatura en carácter de "alumno libre".

8.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria

- Argentina.gob.ar. *Normativa Argentina. Legislación y Normativa Vigente*.
- <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/normativa>
- Ávila, M.A; Souza, A.C; de Araújo Figueira, W (2015). *El método Dep como herramienta para el análisis de destinos turísticos. Su aplicación en Ilhéus/BA- Brasil*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 24 pp 414-429. Universidad Estadual de Santa Cruz. Ilhéus/BA- Brasil.
- Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo (2013).
- *Manual de desarrollo de productos turísticos*, OMT, Madrid. España.
- Destinos del Perú (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Cooperación Suiza - SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact.
- Fernández Latorre, F; (2012). *Formación, Investigación e Innovación en Turismo*. Edición Digital Tres. Dialnet. La Rioja. España.
- Innovación Turística (2015) *Sectores de la nueva economía 20+20. Turismo y Territorio*. Fundación EOI. Libro digital en: <http://a.eoi.es/innovacionturistica>.
- Kotler, P. (2018). *Marketing 4.0. Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. LID Editorial.
- Lefrou, D. R; (2011). *La percepción de la calidad del destino turístico Mar del Plata (Argentina)*. IV Maestría en Gestión Pública del Turismo. Universidad Internacional de Andalucía. España.
- López Alvaro, Coordinador. (2010). *Manual Práctico para la Creación y Estructuración de Productos Turísticos*. Ministerio de Turismo y Deporte, República Oriental del Uruguay. Uruguay.
- Marchena Gómez, M; Vera Rebollo, F; Fernández Tabales, A; Santos Pavón, E; Yunis, E. (1999). *Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Edición para América Latina y el Caribe. OMT. Madrid. España.
- Mariño Jiménez, J.P; Flores Gamboa, S; León Santiesteban; Pinochet, G,V. (2018). La cadena de valor del turismo, un abordaje teórico-conceptual en algunos países de Iberoamérica y el Caribe. Volumen 5. Número 1. Ciencia desde el Occidente. Revista Arbitrada Semestral de la Universidad Autónoma de Occidente.
- Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. (2020). *Protocolo COVID-19 para Prestadores turísticos. Anexo Turismo Rural*.
- Navarro, D; (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo 35 "Modelos de gestión pública de recursos

turísticos: el caso argentino”, financiado por el CIUDA-Consejo de Investigaciones de la Universidad del Aconcagua (Mendoza, Argentina).

- Organización Mundial del Turismo (2019). *Directrices de la OMT para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos*. Madrid, España.
- Organización Mundial del Turismo (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*, Madrid, España.
- Servicio Nacional de Turismo. (2015). *Manual paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Chile.
- Sévigny, A. (2017). Marketing 3.0. *El nuevo Marketing Turístico*. Versión Gratuita. E-Book <http://www.nuevomercadeoturistico.co/>
- Turismo 2025. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable*. Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación.
- Usina Turística (2020). *El Perfil del Nuevo Turista 1.9 Informe Versión Digital* https://f256184c-9364-470a-9717-795e0f94b1dc.filesusr.com/ugd/48105c_29642792d3f948aabe2b9adfd5de5be5.pdf
- Yumisaca Tuquinga, J. E., Bohórquez Armijos, E. A., Mendoza Tarabó, E. A., Gonzabay Rosales, J. (2020). Cadena de valor del destino Dos Mangas como herramienta para el análisis de la sostenibilidad de la oferta turística. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 88-96.

Bibliografía complementaria

- Antón, S; Duro, J (2009). *Competitividad y Sistemas de Innovación Territorial en Turismo*. Departamento de Geografía y Economía. Universidad Rovira I Virgili. Tarragona. España.
- Barbosa de Sousa, B.M; Dominique-Ferreira, S. (2012) *La Innovación de los Procesos. Diferenciación de los Servicios*. Volumen 21 pp. 963-976. Estudios y Perspectivas en Turismo. Instituto Politécnico do Cávado e do Ave. Barcelos. Portugal.
- Parra Eduardo (2019). *Gestión del Turismo Rural*. Gestión y Dirección de Empresas Turísticas 1ª ed. Publisher: McGraw-Hill.
- Organización Mundial del Turismo (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. OMT, Madrid, España.

CL.



Anexo Resolución Consejo Directivo

Hoja Adicional de Firmas

1821 Universidad de Buenos Aires

Número:

Referencia: ANEXO de la asignatura obligatoria Taller II para la carrera de Tec. en Turismo Rural - CUDAP: EXP-UBA 29.601/20

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 5 pagina/s.