

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Empresas y Actividades Turísticas		
Plan BOE:	BOE número 141 de 13 de junio de 2013,		
Asignatura:	Creación Productos Turísticos		
Módulo:	Turismo		
Curso:	3º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica

Presentación

En las últimas décadas se están diseñando, tanto a escala nacional como internacional, nuevos productos turísticos con el objetivo de superar el tradicional modelo de “Sol y Playa”, romper la estacionalidad del sector e incrementar la competitividad de los destinos. La asignatura “Nuevos Productos Turísticos” profundiza en el conocimiento de estas nuevas modalidades atendiendo a las tendencias actuales del mercado.

Concretamente, la asignatura abordará la transformación de los recursos naturales y culturales de un territorio en productos turísticos y analizará en profundidad sus diferentes modalidades: sol y playa, salud, cruceros, deportivos, etc. Además se hará hincapié en otros aspectos que también influyen en este proceso como son los agentes involucrados o las políticas aplicadas. De esta manera, el alumno obtendrá una visión global e integral de los nuevos productos turísticos.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Adquisición de conocimientos relacionados con la identificación global de los diferentes agentes que participan activamente en la configuración del mercado turístico.
- Capacidad para valorar las potencialidades turísticas de un recurso territorial, utilizando las herramientas específicas para el desarrollo y diseño de proyectos turísticos vinculados al territorio.
- Analizar las particularidades geográficas, sociales, económicas, políticas, culturales y de recursos de los espacios y destinos turísticos para su promoción y desarrollo.
- Analizar los impactos del turismo, tratando de potenciar los positivos y minimizar los negativos.
- Dominar los instrumentos públicos de planificación, los planes o propuestas de ordenación en vigor o en fase de aprobación, atendiendo a aspectos tanto metodológicos como de diagnóstico.
- Analizar qué recursos culturales pudieran llegar a ser productos turísticos y comprender los usos que puede compatibilizar un bien de patrimonio cultural.
- Ser capaz de conocer el entorno político-administrativo en el que se enmarca su actividad turística, pudiendo desenvolverse adecuadamente y siendo capaz de buscar las fuentes de información necesarias.

Contenidos Didácticos

- 1 Análisis del potencial turístico de una zona
 - 1.1 Recursos turístico del territorio

Creación Productos Turísticos

- 1.1.1 Tipos de recursos
- 1.2 Inventario de recursos turísticos
 - 1.2.1 Técnicas de evaluación
 - 1.2.2 Fichas de evaluación de recursos
 - 1.2.3 Cuestionario de evaluación de recursos
- 1.3 Sistemas de diagnóstico DAFO
 - 1.3.1 Análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades
 - 1.3.2 Resultados del análisis
- 2 Los recursos turísticos
 - 2.1 Los recursos turísticos: definición de los organismos internacionales
 - 2.2 Los recursos turísticos: definición de los expertos
 - 2.3 Ejemplos de recursos turístico
- 3 Los sistemas de apoyo. Servicios e infraestructuras
 - 3.1 Servicios básicos
 - 3.1.1 Alojamiento
 - 3.1.2 Restauración
 - 3.1.3 Agencias de viajes
 - 3.2 Infraestructuras
 - 3.2.1 Accesibilidad
 - 3.2.2 Transporte
 - 3.2.3 Conectividad
 - 3.3 Servicios complementarios
- 4 El producto turístico
 - 4.1 Posicionamiento de un producto turístico
 - 4.1.1 ¿Qué es un producto turístico?
 - 4.1.2 Características del producto turístico
 - 4.1.3 Ejemplos de productos turísticos
 - 4.1.4 Niveles del producto turísticos
 - 4.1.5 Posicionamiento del producto turístico
 - 4.2 Competitividad
 - 4.2.1 Definición de competencia
 - 4.3 Ciclo de vida de los productos y de los destinos turísticos
 - 4.3.1 ¿Cómo determinar las fases del ciclo de vida de un producto?
 - 4.3.2 Fases del ciclo de vida del producto turístico
 - 4.3.3 Fases del ciclo de vida del destino turístico
- 5 La planificación turística en España
 - 5.1 Los planes de excelencia turística
 - 5.2 Los planes de dinamización turística
 - 5.3 Otros planes de dinamización de los destinos turísticos
- 6 La planificación de los destinos turístico
 - 6.1 Clasificación de los destinos turísticos
 - 6.1.1 Concepto de planificación
 - 6.1.2 Características de un plan de desarrollo turístico
 - 6.1.3 Consideraciones que hay que tener en cuenta para planificar un destino turístico
 - 6.2 Plan de desarrollo del destino turístico I

Creación Productos Turísticos

- 6.2.1 Delimitación del estudio
- 6.2.2 Determinación de objetivos
- 6.2.3 Estudio y evaluación
- 6.2.4 Formulación de políticas y planes
- 6.2.5 Ejecución y gestión
- 6.2.6 Seguimiento y control
- 6.3 Plan de desarrollo del destino turístico II
 - 6.3.1 Formulación de políticas y planes
 - 6.3.2 Ejecución y gestión
 - 6.3.3 Seguimiento y control
- 7 La implementación de los productos turísticos
 - 7.1 Objetivos de la implementación
 - 7.2 Análisis de los efectos del desarrollo turístico
 - 7.2.1 Efectos positivos
 - 7.2.2 Efectos negativos
 - 7.3 Establecimiento de la capacidad de carga
 - 7.3.1 Definición
 - 7.3.2 Perspectivas
 - 7.3.3 Cómo se aplica
- 8 Fases de desarrollo de un producto turístico
 - 8.1 Análisis previo
 - 8.2 Objetivos generales
 - 8.3 Definición y descripción de un producto turístico
 - 8.4 Estructuración
 - 8.5 Viabilidad
 - 8.6 Calidad
 - 8.7 Marketing
 - 8.8 Lanzamientos y comercialización
 - 8.9 Prestación y evaluación de impactos
 - 8.10 Intención paradójica
- 9 Importancia y creación de la marca y de la imagen del destino
 - 9.1 La marca
 - 9.1.1 Definición
 - 9.1.2 Objetivos
 - 9.1.3 Elaboración
 - 9.2 La imagen de marca del destino
 - 9.2.1 La imagen de marca como identidad del destino
 - 9.2.2 Percepción de los turistas
 - 9.2.3 La proyección de la imagen de marca
 - 9.3 Estrategia de un plan de marketing on-line
 - 9.3.1 Objetivos
 - 9.3.2 Fases
 - 9.3.3 Elementos básicos
- 10 Dinamización de los recursos territoriales
 - 10.1 Desarrollo local y turismo
 - 10.1.1 Definición

Creación Productos Turísticos

- 10.1.2 Objetivos
- 10.1.3 Bases del desarrollo territorial
- 10.2 Desarrollo local y empleos futuros
- 10.3 Políticas instrumentales de desarrollo local
- 10.4 Políticas de dinamización turística
 - 10.4.1 Tipos de políticas
 - 10.4.2 Características las políticas
 - 10.4.3 Ejemplos de aplicación

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Análisis y evaluación de un destino
- Análisis de los agentes participantes en el desarrollo de un destino
- Plan de creación de productos turísticos
- Presentación del plan de productos turísticos

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- Ruano, C. y Sánchez, M. J. (2012) Diseño de productos y servicios turísticos locales. Málaga. Ed. IC Editorial.
- Beatriz, D. (2011). *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Vera, F. (2011) (Coord). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia. Ed. Tirant lo Blanch.
- Crespi, V y Planells (2006) Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales. Madrid. Ed. Síntesis.