

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Creación e Innovación de Productos Turísticos
Clave de la asignatura:	GPD-2101
SATCA¹:	2-3-5
Carrera:	Licenciatura en Turismo

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

El turismo se ha convertido rápidamente en una de las principales actividades económicas del mundo y los ingresos generados por el mismo representan ya una parte importante de la economía mundial y las tendencias parecen apuntar a que esta actividad seguirá creciendo.

El poder estimular y/o potenciar el desarrollo y crecimiento de turismo como fuente generadora de riqueza, para un país, región, ciudad o una población depende en muy buena medida de la competitividad de estos como destino turístico, y estos a su vez de la calidad de los productos y servicios turísticos que se le ofrezcan al turista. La importancia de la asignatura de creación e innovación de productos turísticos, es brindar una guía general de aplicación conceptual para el desarrollo de productos turísticos, describiendo sus características, sus ventajas y como hacerlos más competitivos para obtener una mejor participación en el mercado, estimular el desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas y la incorporación de los conceptos de marketing que conlleven el crecimiento del negocio y por lo tanto del sector.

La asignatura, aporta al perfil profesional del licenciado en Turismo la capacidad de planear, ejecutar y evaluar un producto turístico considerando que el desarrollo de productos turísticos es un proceso de reconfiguración de los activos de un destino determinado para responder a las necesidades de clientes nacionales e internacionales. Los “productos turísticos” pueden ser atractivos naturales o artificiales, hoteles, complejos turísticos, restaurantes, teatros, actividades, festivales y eventos.

La asignatura permite al estudiante el desarrollo de un producto, este puede ser totalmente nuevo, sin embargo; es más común que sea, una mejora o modificación a un producto ya existente, para responder mejor a las necesidades de los clientes existentes o de nuevos clientes a los que se desea atraer. La clave está en la capacidad de identificar las tendencias que se van generando en los mercados a los que se desean atraer para detectar cambios en los gustos de los consumidores, en sus valores, en las tecnologías que utilizan y en otros sectores que pueden influir sobre el negocio directa o indirectamente.

La asignatura de creación e Innovación de Productos Turísticos, se relaciona con las asignaturas de gestión del desarrollo turístico, turismo de aventura, turismo rural y Ecoturismo, la relación con estas asignaturas le permite al alumno elegir alguna de las actividades de turismo alternativo aprendida en semestres anteriores que se adecue a la zona de interés y de este modo poder detonarla en la creación innovadora de un producto turístico.

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

Intención didáctica

El propósito didáctico de la asignatura es proporcionar al estudiante la integración de las competencias adquiridas en las asignaturas de semestres anteriores para diseño de propuestas de proyectos específicos.

El primer tema; trata sobre la planificación turística la cual constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente.

En este tema los estudiantes conocerán las diferentes propuestas de la planificación turística y elegirán la que más se apegue a los objetivos de cada caso.

En el segundo tema; derivado de la enorme diversidad de los productos turísticos que existen, obliga a los profesionales del turismo a realizar esfuerzos de administración, coordinación y control, para aumentar la eficiencia de las actuaciones comerciales, considerando también las habilidades como a gestores financieros, técnicos y especialistas en recursos humanos. También en este tema se hace énfasis en el estudio del marco legal y las fuentes de financiamiento.

El tercer tema, trata sobre la importancia de la última fase del proceso planificador que tiene que ver con la evaluación del proceso, el seguimiento de la puesta en marcha de las medidas planteadas, y el control sobre la ejecución del plan estratégico. Una vez finalizada la redacción del plan estratégico, y se haya comenzado a poner en marcha las medidas propuestas, será necesario evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos marcados, la validez de la estrategia de desarrollo turístico planteada, y la efectividad de cada una de las acciones emprendidas. Todo lo anterior con objeto de tener capacidad de someter a revisión y mejora continua el plan. En este tema se deben abordar aspectos como establecimiento de indicadores que permitan realizar el seguimiento de la actividad además de considerar que el plan de seguimiento debe ser transversal a todo el proceso planificador y este debe ser flexible y adaptable a los cambios y modificaciones que la propia ejecución del plan pueda generar.

Se sugiere que el docente que imparta la asignatura cuente con perfiles afines a la administración de empresas turísticas o con experiencia en el desarrollo de proyectos de innovación y planes de negocio. Es vital que la actitud del profesor sea de facilitador, propiciando continuamente en el estudiante la actitud de asumir sus responsabilidades y tomar decisiones consensuadas sobre su proyecto, generando siempre un comportamiento ético y formal de los procedimientos administrativos.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Evento
Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Tecnológico Nacional de México, Julio de 2021.	Academia del Programa Educativo de la Licenciatura en Turismo.	Reunión de Diseño Curricular de la Especialidad de Gestión e innovación de productos turísticos sustentables.

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Diseña y gestiona productos y servicios turísticos para la generación de experiencias memorables, capaces de utilizar las diferentes metodologías de planeación en un caso específico, con la finalidad de desarrollar productos turísticos pertinentes para zonas geográficas establecidas.

5. Competencias previas

<p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de investigación.</p> <p>Habilidad para el pensamiento crítico.</p> <p>Capacidad de análisis y evaluación.</p> <p>Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>Capacidad de redacción.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Compromiso ético.</p>

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Planificación del producto turístico	1.1. Diagnóstico 1.1.1. Políticas públicas y normatividad 1.1.2. Caracterización del subsistema biótico 1.1.3. Estudio de mercado 1.1.4. Estudio socioeconómico 1.1.5. Integración de mapa diagnóstico 1.1.6. Análisis FODA 1.2 Diseño del producto 1.2.1. Actividades de interpretación 1.2.2. Actividades de la comunidad vinculadas a la oferta de servicios 1.2.3. Actividades productivas posibles de reconvertir
2	Administración y Gestión del producto turístico	2.1 Organización socio-productiva 2.1.1. Establecimiento de roles y organigrama funcional. 2.2 Mercadotecnia 2.2.1. Determinación de productos. 2.2.2. Fijación de precios. 2.2.3. Establecimiento de redes y asociaciones productivas 2.2.4. Canales de distribución 2.3. Educación y Capacitación 2.3.1. Detección de necesidades de capacitación para un servicio de calidad. 2.4 Financiamiento 2.4.1. Análisis Financiero 2.4.2. Fuentes de financiamiento
3	Evaluación del producto turístico	3.1. Actividades de monitoreo y seguimiento del producto turístico. 3.2. Evaluación 3.3. Acciones correctivas

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Planificación del producto turístico	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s): Identifica los fundamentos de la planificación turística, desde su conceptualización hasta su tipología para el desarrollo eficiente en una propuesta real.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. ● Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizan investigación con respecto a la conceptualización y a las principales metodologías de la planificación turística y lo exponen frente a grupo. ● Desarrollan y presentan un mapa mental, en grupos de cuatro estudiantes en el que ilustran la estructura de y los pasos para la realización de la planificación turística. ● En equipos de trabajo definen una idea de proyecto donde desarrollen todos los aspectos que se deben desarrollar en la etapa de la planificación turística. ● Presentan su idea de creación o innovación de producto turístico ante sus compañeros y docente.

2. Administración y Gestión del producto turístico	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifica los fundamentos de la administración y Gestión del producto turístico, desde su conceptualización hasta su metodología para el desempeño desarrollo en una propuesta real. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El estudiante realiza investigación documental contrastando diferentes metodologías y autores sobre el proceso de administración y gestión de los productos turísticos. ● Desarrollan y presentan un mapa conceptual o diagrama de flujo en grupos sobre la metodología elegida. ● En grupos de trabajo realizan y describen todos los pasos que se requieren para la eficiente administración y gestión del proyecto seleccionado a realizar. ● En equipos de trabajo presentan al grupo los avances del proyecto

3. Evaluación del producto turístico	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifica los fundamentos de la evaluación de productos turísticos, desde su conceptualización hasta su tipología para el desarrollo eficiente en una propuesta real. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. ● Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Los estudiantes realizan una investigación documental sobre las diferentes metodologías para la evaluación de los productos turísticos. ● Realizan un mapa conceptual que describa el proceso de la evaluación y lo presenta ante el grupo. ● En grupos de trabajo realizan y describen todos los pasos que se requieren para la propuesta de evaluación del proyecto elegido con anterioridad. ● En equipos de trabajo presentan al grupo el informe final del proyecto donde se debe incluir la propuesta de evaluación.

8. Práctica(s)

Tema 1. Planificación del producto turístico

Práctica 1 Proceso de creación de productos turísticos

Objetivo: identificar diferentes metodologías para el proceso de creación de un producto turístico.

Tiempo: 40 minutos

Descripción: Formar equipos de cinco integrantes como máximo y deberán elegir entre ellos al líder del equipo. Enseguida, cada equipo con ayuda del docente deberá seleccionar una metodología del proceso de creación del producto turístico, el equipo deberá recolectar toda la información posible sobre el proceso, la cual será objeto de estudio para esta práctica.

Descripción: Una vez que hayan investigado y discutido el tema, diseñarán y presentarán de manera gráfica (usando prezi) la metodología asignada sobre creación del producto turístico, además de diseñar un cuestionario sobre el tema en googleforms que será aplicado al resto de los estudiantes como estrategia de reforzamiento.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Planificación del producto turístico:** se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso en un sitio real que sea posible crear o innovar algún producto turístico de la zona,
- **Administración y gestión del producto turístico:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir se describe las actividades de administración y gestión necesarias para la realización del proyecto.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor como resultado del monitoreo y la evaluación de las estrategias propuestas identificando y describiendo aquellas áreas de oportunidad y las alternativas que se sugieren como actividades correctivas.

10. Evaluación por competencias

La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en la integración de los aprendizajes que permiten competencias:

Herramientas:

- Casos prácticos.
- Mapa conceptual o mental.
- Reporte de Investigación.
- Reportes o informe de prácticas.
- Proyecto de la asignatura.
- Video.
- Diagrama de flujo.
- Infografía.
- Exposición

Instrumentos:

- Rúbricas.
- Lista de cotejo
- Guía de observación.

11. Fuentes de información

- 1 Rivas García, J. y Magadán Díaz, M. (2008). Planificación y Gestión Sostenible del Turismo, Oviedo: Séptima edición.
- 2 Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 135-158.
- 3 López-Guzmán Guzmán, T. J., y Sánchez Cañizares, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas.
- 4 García Henche, B., & Sánchez Moreno, I. (2016). Marketing de experiencias, creación de un producto turístico: ruta milenaria de atún. El turismo y la experiencia del cliente: IX jornadas de investigación en turismo (2016), p 235-260.
- 5 Álvarez-Sousa, A., Rego Veiga, G., Leira López, J., Gomis-Rodríguez, A., Caramés, R. E., & Andrade, M. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio.
- 6 Damian, I. E., & Suárez-Barraza, M. F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible Capital*, 11(1), 147-165.
- 7 Thomaz, G. M., Biz, A. A., & Gândara, J. M. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(1), 102-119.
- 8 García, M. O. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*, 8 (1), 291-314.
- 9 Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico. *Ed. Trillas, México*.
- 10 Rodríguez, S. M. E. S. (2019). Planificación Rodríguez, S. M. E. S. (2019). *Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica*.
- 11 Bercial, R. Á., & Timón, D. A. B. (2005). Nuevas Tendencias En El Desarrollo De Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales Y Operativos Para su Planificación Y Gestión. *Cuadernos de turismo*, (15), 27-44.
- 12 Pavón, C. R., & Casimiro-Soriguer, M. J. S. (2014). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. HOTI0108. IC editorial.

