



Asunto: Aprobar programas de asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural.

C. D. 2292
CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

Cdad. Autónoma de Bs. As., 15 de marzo de 2016.

VISTO las presentes actuaciones – CUDAP: EXP-UBA 17.375/16 – mediante las cuales la Secretaria Académica, Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ eleva nota en la que solicita se aprueben los programas de las asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural y,

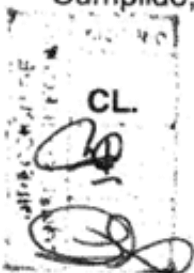
CONSIDERANDO:

Lo aconsejado por la Comisión de Planificación y Evaluación.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE AGRONOMÍA
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º. – Aprobar los programas de las asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural de esta Facultad, según el Anexo que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, pase a las Direcciones de Concursos Docentes, de Ingreso, Alumnos y Graduados y de Biblioteca a sus efectos.
Cumplido, archívese.




Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ
Secretaria Académica


Ing. Agr. Rodolfo A. GOLLUSCIO
Decano

RESOLUCIÓN C. D. 2292



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..30

1-IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la Asignatura: **TALLER II**

Tipo de Asignatura (obligatoria/electiva/optativa) **Obligatoria**

Cátedra/Área/Departamento: **Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola**

Carrera/s: **Tecnicatura en Turismo Rural**

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Ubicación de la materia en el Plan de Estudio (ciclo/año): **3er año**

Asignaturas correlativas: **Taller I**

Duración- (anual, cuatrimestral, bimestral, otra.): **Anual**

Carga Horaria para el Alumno (horas y créditos): **96 hs, 6 créditos.**

3. FUNDAMENTACIÓN

Dicha asignatura se creó para dar respuesta al perfil del graduado sobre el diseño y desarrollo de proyectos en el ámbito rural, para fortalecer capacidades en la organización y diseño de actividades y atractivos turísticos. Para ello la asignatura brindará herramientas para detectar las nuevas oportunidades en el medio rural para integrar los productos y destinos actuales y potenciales a nivel nacional y regional, generando corredores y circuitos turísticos, basados en la historia, la música, la literatura, la producción, la gastronomía y la naturaleza, buscando nuevos atractivos y significados para la oferta como respuesta a una demanda cambiante.

Estas oportunidades detectadas en productos sostenibles responderán a los requisitos de innovación, diferenciación y autenticidad para la investigación del potencial de desarrollo de destinos y productos turísticos.

4. OBJETIVOS GENERALES

Administrar herramientas que le permitan desarrollarse en la planificación, desarrollo y operación de productos turísticos tanto de destinos como de emprendimientos, contribuyendo así en temas específicos de funcionamiento y operación.

Los objetivos específicos consisten en que los alumnos logren:

1. Conocer herramientas útiles y prácticas para la creación, estructuración y desarrollo de productos.
2. Capacitarse en instrumentos que contribuyan a que el sector del turismo rural logre ampliación, diversificación y profundización de la oferta de productos y experiencias turísticas.
3. Profesionalizarse en herramientas que les posibiliten mejorar la competitividad de los destinos de turismo rural.
4. Conocer temáticas específicas para ser aprovechadas en el desarrollo de productos turísticos.
5. Individualizar negocios desde un proceso de planificación específica, al desarrollo de productos turísticos.
6. Aplicar 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 empresa o para un destino.



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..31

5. CONTENIDOS

Contenidos mínimos:

Diseño y Desarrollo de atractivos turísticos. Contexto turismo 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 de atracción atraktividad.

Organización y Gestión del Producto. Infraestructura pública. Las Empresas y los Recursos Humanos. Productos turísticos claves 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.

Programa analítico

Tendencias del Turismo e Introducción al Producto Turístico

El contexto turístico internacional, regional y nacional. Perspectivas y Tendencias. Perfil Turístico y características. Implicancias para el turismo rural. Los productos turísticos, Su conceptualización y características. Diferencias entre destinos y productos turísticos. Los productos de un destino. Elementos necesarios para la creación del Producto Turístico. Infraestructura pública. Construcción social de destinos y de atractivos. Análisis de Casos.

Desarrollo de Producto Turístico

Destino Turístico y Producto Turístico. Ciclo de Vida de Destinos y Productos Turísticos. La Planificación y el Desarrollo de Productos Turísticos. Entorno de Desarrollo de Productos Turísticos. Valorización de elementos, cualidades, condiciones, procesos (materiales o intangibles). Localización y evaluación de los atractivos turísticos. Atractivos construidos: museos, zoológicos, botánicos, mariposarios, parques temáticos y otros. Organización de fiestas y eventos. Análisis de Casos.

Proceso de Estructuración de Productos Turísticos

Idea Original. Investigación preliminar. Desarrollo del Concepto de los productos turísticos. Su conceptualización y características. Diseño detallado del producto. Diferencias entre destinos y productos turísticos. Construcción social de destinos y de atractivos. Organización y Gestión del Producto. Metodología para Plan de Implementación. Análisis de Viabilidad Económica. Plan de Negocios. Análisis de Casos.



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..32

Tipología de Productos

Naturaleza, cultura e historia. Principales Productos turísticos en Argentina: Sol y playa; Turismo Activo; Turismo Cultural; Turismo Científico; Turismo de Salud; Turismo de Deportes y Turismo de Interés Especial. La Oferta y la demanda de los Productos Turísticos. Análisis de casos. Tipos de programa turístico: La ruta turística. Visitas Guiadas; Paquete Turístico; Itinerario Personal. Paquete turístico: clasificación. Diseño de circuitos. Armado de paquetes turísticos. Su uso en el turismo rural. Análisis de Casos.

6. METODOLOGIA DIDACTICA

El desarrollo de la asignatura consistirá en clases teórico-prácticas:

- Análisis de casos.
- Exposición dialogada.
- Seminarios de lectura.
- Debates grupales.

7. FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA

Los contenidos de la materia se articulan con la práctica mediante un trabajo de integración que relaciona lo visto en forma teórica sobre el Diseño y Desarrollo de proyectos en el ámbito rural, con un destino concreto que dispone de una problemática específica.

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se incluirán elementos procesuales y de producto, donde la evaluación será continua y sumativa. Esta podrá ser periódica al final de cada eje temático, con entregas de trabajos prácticos, ya sea en forma individual y/o grupal.

Régimen de Promoción Sin Examen Final. 7 (SIETE) o mayor. 75% de Asistencia.

Regular: entre 4 y menor a 7 (SIETE). 75% de Asistencia.

Libre: menor a 4 (CUATRO). O no alcanza 75% de Asistencia.

Asistencia Cumplida: Asiste al 75% de las clases pero no llega a regularidad.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea General, Torremolinos Mayo-Junio (1978-79) *Evaluación de los Recursos Turísticos*. OMT. Madrid. España
- Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo (2013), *Manual de desarrollo de productos turísticos*, OMT, Madrid. España
- Keller, P. (2001). *Deporte y Turismo*. Informe Introductorio. Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo. OMT.
- 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.



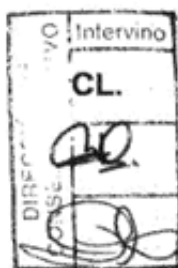
Asunto: Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..33

- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) (2006-2016). Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación.
- Rataric, M; Caviglia, E; Villa Reyes, María Cristina (2008). *Organicemos las Ideas. Manual para Emprendedores Turísticos*. SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN. Argentina.
- UIOOT Centre Internacional (1972) *Estudio sobre la oferta potencial internacional de los recursos turísticos*. OMT. Madrid. España



Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ
Secretaría Académica

Ing. Agr. Rodolfo A. GOLLUSCIO
Decano

RESOLUCIÓN C. D. 2292