



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



TRAYECTO DE POSGRADO PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y MARKETING DEL TURISMO

Fundamentación:

La carrera de Especialización en Turismo Cultural de la Región del Noroeste argentino tiene como compromiso la formación continua con la finalidad de capacitar graduados en el área del Turismo Cultural. Sin embargo, en el marco de una serie de transformaciones que atraviesa la Especialización con la finalidad de atender a las necesidades de formación de licenciados en Turismo de Tucumán como del resto del país, el Comité Académico realiza la propuesta de un trayecto curricular denominado:

Planificación, gestión y marketing del Turismo.

El turismo juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio turístico de cada país y en él se interrelacionan tres elementos -patrimonio, turismo y cultura- que son difíciles de equilibrar, ya que mientras que el turismo se ha considerado históricamente como una actividad preponderantemente económica, el patrimonio es una riqueza no renovable que no puede considerarse un producto clásico de consumo. Es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo, no solamente como motor económico de los pueblos, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de las naciones, desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre los turistas, y de intercambios interculturales fructíferos que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos.

La mejor respuesta a las necesidades y carencias detectadas con respecto al turismo es la formación. Esta debe aportar al profesional interesado o involucrado en el campo del turístico una serie de habilidades y capacidades que le permitan un tratamiento riguroso de una temática tan compleja, como sensible.

Objetivos:

- Formar profesionales capaces de intervenir en la investigación, planificación, gestión y promoción de proyectos turísticos.
- Fomentar el ingreso al mundo de los servicios desde una actitud ética y respetuosa.
- Comprender las tendencias del mercado turístico nacional en relación a la oferta turística de la región NOA apoyando su fortalecimiento desde planes operativos de marketing.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



- Integrar y evaluar los saberes interdisciplinarios adquiridos en las instancias de aprendizaje propuestas por el trayecto de posgrado.
- Formar profesionales capaces de formular adecuadamente paquetes turísticos: diseño de proyectos y gestión

DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA:

- **Trayecto de posgrado: Planificación, gestión y marketing del turismo**

Condiciones de admisión:

Esta propuesta de formación de posgrado está destinada para graduados universitarios con carreras de no menos de cuatro años, con título de Licenciado en Turismo, o carreras afines. Aquellas personas que no posean título de grado expedido por unidades académicas públicas o privadas, realizarán el curso en calidad de Extensión.

El número mínimo para el funcionamiento del trayecto es de 10 (diez) inscriptos y el cupo máximo de plazas a cubrir es de 50 (cincuenta)

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Modelos turísticos: Conceptos, planificación y estrategias: Mg. Carolina Echazú

Turismo Cultural definición. Tipos. Turismo Cultural y desarrollo. Sostenibilidad cultural turística. Turismo naranja

Modelos territoriales de desarrollo. La creación y organización de destinos turísticos. Ciclo de vida de los destinos. Transformación del modelo turístico ante las nuevas demandas. La planificación integral de los destinos.

La estrategia de destino. Los entes de gestión turística. Creación de productos destino. El mercado turístico. El diseño de productos. El diseño de planes de negocios. La gestión de la saturación en los destinos.

Gestión en Turismo: Mg Gustavo Soria

El proceso de dirección. La naturaleza del proceso de dirección. El sistema de objetivos y políticas.

El sistema de objetivos y políticas: Componentes del SOP. Amplitud del SOP. Operatividad del SOP.

El proceso de negocio: Puntos de vista del SOP. Análisis del proceso del negocio.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



Los SIG como herramientas para la planificación y gestión de la actividad Turística: Mg. Horacio Madariaga

La evolución de los SIG – El software libre.

Las Fuentes de información y las Infraestructuras de Datos Espaciales

Procesamiento de los vectores - Redes – Funciones – Itinerario óptimo.

Procesamiento de archivos raster - Modelos de elevación – Perfiles – Sendas - Cuencas visuales.

Servidores globales – visitas virtuales.

Marketing de proyectos turísticos regionales y comunicación: Mg. Gabriel Abdala

Introducción al Marketing: Concepto de marketing. Marketing e investigación de mercado. Conceptos fundamentales de la disciplina. Marketing turístico. Marketing como función organizacional.

Proceso de Marketing: Modelo ampliado del proceso de marketing. Estrategia de marketing y sus elementos. Servicios. Proceso de Turismo.

Análisis de la situación: Análisis interno. Análisis de la competencia. Proceso de decisión de compra. Modelo de comportamiento del consumidor personal. Aspectos diferenciales del comportamiento del comprador organizacional. Conclusión integral; modelo FODA.

Segmentación, mercado-meta y posicionamiento. Segmentación de mercados. Bases de segmentación de mercados de consumo. Selección de los mercados – meta/targetting. Diferenciación y posicionamiento.

Introducción al marketing mix de productos y servicios. Las 4 Ps: Producto, plaza, precio, promoción. Promotion – mix y medios. Los 3 Ps de servicios: Palpabilidad, personas, procesos.

Introducción a elementos de planificación y control: Marketing interno. Sistema de información y control. Plan de marketing.

Modalidad de dictado y carga horaria:

La modalidad de dictado será presencial, con clases teóricas – prácticas, complementadas con exposiciones individuales a partir de lecturas asignadas previamente con el docente a cargo del curso. La carga horaria de cada curso será de 40 hs (cuarenta horas) cátedra por curso, cubriendo el trayecto una carga total de 160 hs (ciento sesenta horas).

Duración total:

El trayecto de posgrado tendrá una duración de 2 (dos) meses. Se dictará entre los meses de mayo y junio de 2019



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



Fecha tentativa de inicio:

La fecha tentativa de inicio es el día 8 de mayo de 2019 y la fecha de finalización sería en julio de 2019.

Lugar de realización:

El lugar de realización será el aula de posgrado de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán o cualquier otro espacio del que disponga la Secretaría de Posgrado de la Facultad.

Sistema de evaluación

La evaluación será individual a partir de la propuesta de trabajo realizada por el docente a cargo del módulo. La nota mínima será de 6 (seis) y el porcentaje de asistencia para obtener la regularidad es del 75%.

Profesores responsables:

Mg. Carolina Echazú
Dr. Julio Soria
Mg. Gabriela Abdala
Mg. Ing. Horacio Madariaga

Profesores coordinadores:

Dra. Jacqueline Salim Grau
Dr. Francisco Bolsi

Financiamiento e infraestructura:

El financiamiento del trayecto se originará en el pago de los aranceles establecidos por la Facultad de Filosofía y Letras para los cursos de posgrado de 30 hs (horas) a fin de cubrir los honorarios de los profesores que dictan cada uno de los cursos. En cuanto a la infraestructura, la Facultad de Filosofía y Letras cuenta con un aula de posgrado que cuenta con todos los recursos informáticos y técnicos.