

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Productos turísticos
(2023 - 2024)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Productos turísticos	Código: 165591201
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado- Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo.- Titulación: Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo- Plan de Estudios: 2013 (Publicado en 2014-02-11)- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s:<ul style="list-style-type: none">Sociología y AntropologíaGeografía e HistoriaDirección de Empresas e Historia EconómicaEconomía Aplicada y Métodos CuantitativosEconomía, Contabilidad y Finanzas- Área/s de conocimiento:<ul style="list-style-type: none">Antropología SocialArqueologíaComercialización e Investigación de MercadosEconomía AplicadaEconomía Financiera y ContabilidadSociología- Curso: 1- Carácter: Obligatoria- Duración: Primer cuatrimestre- Créditos ECTS: 6,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es- Idioma: Castellano	

2. Requisitos de matrícula y calificación

Ninguno

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: AGUSTIN SANTANA TALAVERA

- Grupo: **Único**

General - Nombre: AGUSTIN - Apellido: SANTANA TALAVERA - Departamento: Sociología y Antropología - Área de conocimiento: Antropología Social						
Contacto - Teléfono 1: 922317966 - Teléfono 2: - Correo electrónico: asantana@ull.es - Correo alternativo: asantana@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	09:00	12:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Despacho D.O.1.1.
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	12:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Despacho D.O.1.1.
Observaciones: Las tutorías serán, en general, presenciales. Excepcionalmente, previa solicitud por correo electrónico a asantana@ull.edu.es, se podrán realizar a través de Google Meet. En el aula virtual se habilitará una dirección (sala virtual) única para el curso.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	09:00	12:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Despacho D.O.1.1.
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	12:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Despacho D.O.1.1.
Observaciones: Las tutorías serán, en general, presenciales. Excepcionalmente, previa solicitud por correo electrónico a asantana@ull.edu.es, se podrán realizar a través de Google Meet. En el aula virtual se habilitará una dirección (sala virtual) única para el curso.						

Profesor/a: RICARDO JESUS DIAZ ARMAS						
- Grupo: Único						
General - Nombre: RICARDO JESUS - Apellido: DIAZ ARMAS - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados						
Contacto - Teléfono 1: 922317069 - Teléfono 2: - Correo electrónico: rjdiaz@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
11-09-2023	21-12-2023	Lunes	11:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
11-09-2023	21-12-2023	Martes	10:00	11:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
11-09-2023	21-12-2023	Martes	16:30	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
11-09-2023	21-12-2023	Miércoles	11:00	12:00	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Despacho
08-01-2024	19-01-2024	Lunes	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5

08-01-2024	19-01-2024	Miércoles	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
Observaciones:						

Profesor/a: PABLO RODRIGUEZ GONZALEZ						
- Grupo: Único						
General - Nombre: PABLO - Apellido: RODRIGUEZ GONZALEZ - Departamento: Sociología y Antropología - Área de conocimiento: Sociología						
Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: 922317442 - Correo electrónico: prodrigg@ull.es - Correo alternativo: prodrigg@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	12:00	14:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Módulo 3.2

Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	14:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Módulo 3.2
----------------------	--	-----------	-------	-------	---	------------

Observaciones: El alumnado que pertenezca a titulaciones que lo tengan previsto en su MV/MM y lo precise puede solicitar tutoría online, preferentemente, los miércoles de 13.00 a 14:00. El resto, no.

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	12:30	14:30	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Módulo 3.2
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	14:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	Módulo 3.2

Observaciones: El alumnado que pertenezca a titulaciones que lo tengan previsto en su MV/MM y lo precise puede solicitar tutoría online, preferentemente, los miércoles de 13.00 a 14:00. El resto, no.

Profesor/a: CARLOS FERNANDEZ HERNANDEZ

- Grupo: **Único**

General

- Nombre: **CARLOS**
- Apellido: **FERNANDEZ HERNANDEZ**
- Departamento: **Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos**
- Área de conocimiento: **Economía Aplicada**

Contacto

- Teléfono 1: **922317333**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **cferher@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Todo el cuatrimestre		Lunes	16:30	20:00	Aulario de Guajara - GU.1E	Edificio de Derecho, ala derecha, 2ª planta, cubículo 3.
Todo el cuatrimestre		Jueves	17:30	20:00	Aulario de Guajara - GU.1E	Edificio de Derecho, ala derecha, 2ª planta, cubículo 3.

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:00	11:30	Aulario de Guajara - GU.1E	Edificio de Derecho, ala derecha, 2ª planta, cubículo 3.
Todo el cuatrimestre		Lunes	13:00	14:00	Aulario de Guajara - GU.1E	Edificio de Derecho, ala derecha, 2ª planta, cubículo 3.
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:00	11:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Sala de Profesores. Centro Cultural de Adeje, Planta 1.
Todo el cuatrimestre		Jueves	13:00	14:00	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Sala de Profesores. Centro Cultural de Adeje, Planta 1.

Observaciones:

Profesor/a: GEMA MARÍA PÉREZ GONZÁLEZ

- Grupo: **Único**

General - Nombre: GEMA MARÍA - Apellido: PÉREZ GONZÁLEZ - Departamento: Geografía e Historia - Área de conocimiento: Arqueología						
Contacto - Teléfono 1: 922317728 - Teléfono 2: - Correo electrónico: gmperez@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	13:00	Aulario de Guajara - GU.1E	A1-02
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	13:00	Aulario de Guajara - GU.1E	A1-02
Observaciones:						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Básico**
 Perfil profesional: **Dirección y Planificación del Turismo**

5. Competencias

Competencias Específicas

CE10 - Que los estudiantes sepan aplicar conocimientos para la creación de nuevos productos turísticos, valorando la innovación en los procesos técnicos y organizacionales, así como la búsqueda del equilibrio en el destino turístico.

Competencias Generales

CG2 - Ser capaces de planificar actividades y destinos turísticos, atendiendo al entorno socio-económico y medio-ambiental.

Competencias Básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuarestudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Profesor/a: Agustín Santana Talavera

- Tema 1. El Producto turístico.

- a. Definiciones de producto turístico. Oferta y oferta complementaria.
- b. Copias, modelos y tendencias.
- c. El proceso de creación del producto responsable.
- d. Cooperación y referentes en la calidad en el producto turístico.

- Profesor/a: Ricardo Díaz

- Temas 2. La propuesta de valor del cliente como eje del producto turístico y el diseño de la experiencia del viaje

- a. El valor en marketing
- b. Diseño e implementación del valor en un producto turístico
- c. Contraste del diseño con la realidad

- Profesor/a: Gema María Pérez González

- Temas 3. El producto turístico en los procesos de renovación de destino.

- a. La importancia de la oferta complementaria en la renovación de los destinos.
- b. Los Proyectos de Reconversión Integral de Destinos Turísticos (PRIDET) y la diversificación de productos turísticos
- c. El potencial de los productos patrimoniales en los procesos de renovación de destino
- d. El papel de las agencias de desarrollo local en la valorización de productos y reestructuración de destinos

- Profesor/a: Pablo Rodríguez González

- Tema 4. Segmentación de la demanda turística. Herramientas y técnicas para la elaboración de tipologías de clientes (segmentación jerárquica, data mining).

- a. Un producto para cada cliente. Segmentación turística y tipologías de turistas
- b. Productos complejos, información multivariable. Introducción al data mining.
- c. Herramientas y técnicas para la elaboración de tipologías
- d. Análisis de casos prácticos de segmentación

- Profesor/a: Carlos Fernández Hernández

- Temas 5. Desarrollos metodológicos aplicados al diseño de un producto turístico

- a. Metodología de elaboración de producto.
- b. Constelación de valor.
- c. Visibilización en aplicativos de soporte a productos .
- d. Desarrollos en ecoeficiencia y turismo responsable.

e. Análisis de casos prácticos en productos turísticos.

Salida de Campo:

Está prevista una salida de campo al Municipio de Tegueste.

Objetivo de la visita:

Reconocimiento de los elementos patrimoniales ubicados en el Casco Histórico de Tegueste, Barranco de Aguas de Dios y estribaciones del Macizo de Anaga (Tegueste) y conocer las oportunidades de un espacio geográfico en el que existen recursos naturales y culturales de notable valor patrimonial y la puesta en valor de los mismos.

Contenido:

- Visita al Conjunto Histórico BIC
- Proyecto Centro de Interpretación de la Comarca de Tegueste
- Visita al BIC Zona Arqueológica Bco. del Agua de Dios -Los Cabezazos-
- Reconocimiento de los recursos patrimoniales del Barranco de Aguas de Dios

Profesores/as participantes y colaboradores/as en la salida de campo:

Dra. Gema M^a Pérez González (Profesora-Coord. salida de Campo)

Dra. M^a Esther Chávez Álvarez (Profesora-Coord. salida de Campo)

D. Javier Soler Segura (Dr. en Historia por la ULL. Cultania. Especialista en Gestión Arqueológica del Patrimonio Cultural por la Universidad de Santiago de Compostela)

D. Jorge González Hernández. (Concejalía de Desarrollo Local. Oficina de Turismo)

Actividades a desarrollar en otro idioma

- Profesor/a: todo el profesorado
- Temas: Todos los temas: bibliografía específica y material de prácticas on-line en inglés

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La docencia en la asignatura combina la clase magistral con actividades del alumnado y charlas/coloquio con profesionales y empresarios que transmitan una visión construida sobre la experiencia cotidiana en los diferentes procesos que involucran al producto turístico.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	28,00	0,00	28,0	[CB10], [CB6], [CG2], [CE10]

Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	19,00	0,00	19,0	[CB10], [CB6], [CG2], [CE10]
Realización de trabajos (individual/grupal)	8,00	30,00	38,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	30,00	30,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Realización de exámenes	1,00	0,00	1,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Asistencia a tutorías	4,00	0,00	4,0	[CB10], [CG2], [CE10]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- SMITH, S.L. (1994) "The tourism product", *Annals of Tourism research*, 21(3): 582-595.
- COHEN, E. (2005). "Principales tendencias del turismo contemporáneo." *Política y Sociedad* 42(1): 11-24.
- DENG, JINYANG; KING, BRIAN Y BAUER, THOMAS (2002) "La evaluación de atractivos naturales para el turismo", *Annals of tourism research en español*. 4(1): 144-162
- ESPINEL CASTAÑEDA, RAMIRO (2002) *Nuevas perspectivas en la evaluación de experiencias turísticas*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, Escuela Universitaria de Turismo.
- FONT, X. y BUCKLEY R.C. (editores)(2001) *Tourism Ecolabelling, certification and promotion of sustainable management*, Cabi Publishing, Wallingford (United Kingdom)
- KOMPPULA, R. (2001) *New product development in tourism companies. Case studies on nature-based activity operators*. 10th Nordic Tourism Research Symposium, October 18-20 2001, Vasa, Finland.
- KOTLER, PHILIP, KARTAJAYA, HERMAWAN, SETIAWAN, IWAN (2010): *Marketing 3.0*. Ed Wiley
- LEVY, J.P. Y VARELA, J. (2003) *Análisis Multivariable para las Ciencias Sociales*. Madrid: Pearson. Caps. 10 (conglomerados), 13 (segmentación jerárquica) y 16 (data mining)
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. y SANTANA TURÉGANO, M.A. (2014): "Consumo turístico y desigualdad social en España" *Pasos* 12(1), 29-51. Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/12114/PS0114_03.pdf
- UNWTO (2011) *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC)
- XU, JING BILL (2010) "Perceptions of tourism products". *Tourism Management*, 31: 607-610.

Bibliografía Complementaria

- ANTÓN, S. (2004), "De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral". *Papeles de economía española*, 102: 316?333.
- BLANQUER, D. (director) (2003) *La calidad integral del turismo*, V Congreso de Turismo Universidad y Empresa, Tirant lo Blanch, Valencia.
- BOULLON, R. (2003) *Calidad Turística en la pequeña y mediana empresa*, Ediciones Turísticas, Buenos Aires (Argentina).
- BRIASSOULIS, HELEN (2002) "Sustainable tourism and the question of the commons". *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1065?1085
- Capdepón Frías, M., Rodríguez Sánchez, I., Such Climent, M^a P. (2012): "El potencial de los parques naturales en el proceso de renovación de destinos turísticos litorales maduros: el caso de la comunidad valenciana en España". *Tourism & Management Studies*, nº 8: 19?29.
- DÍAZ, P.; RUIZ?LABOURDETTE, D.; RODRÍGUEZ, A.J.; SANTANA, A.; SCHMITZ, M.F. & PINEDA, F.D. (2010) "Landscape perception of local population. Relationship between ecological characteristics, local society and visitor preferences". En Brebbia, C.A. and Pineda, F.D. (eds.) *Sustainable Tourism IV*. Southampton: WITPRESS
- EXCELTUR, Plan RENOVE de destinos turísticos españoles. En línea
[<http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/PLAN%20RENOVE%20DESTINOS%20TUR%20C3%8DSTICOS%20ESPA%20C3%91OLES>]
- GOETCHEUS, C. PAGE, R (2001): *Cultural Landscape Inventory Professional Procedures Guide*. National Park Service. Washington, DC.
- LEBOS, SONJA (2005) "City as a (touristic) product". *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(1) 23?29.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/3105/PS020105.pdf>
- PINE, JOSEPH Y GILMORE, JAMES (1998): *Welcome to the experience economy*. *Haward Business Review*, July?Agust.
- PERLES RIBES, J. F. (2010): "Valorización de productos y reestructuración de destinos turísticos maduros: el papel de las agencias de desarrollo local". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, nº 2: 23?40.
- RAINER, A.; CANDELA, g. & FIGINI, P. (2013) "An economic model for tourism destinations: product sophistication and Price coordination". *Tourism Management*, 37: 86?98.
- RENOVACIÓN DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA DE TENERIFE 2012?2015. En Línea: [www.webtenerife.com]
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. Y O. MOLINA MOLINA (2008). "La segmentación de la demanda turística española." *Metodología de Encuestas* 9(1).
- SANTANA TALAVERA, A., DÍAZ RODRÍGUEZ, P., RODRÍGUEZ DARIAS, A. J. (2011): "Renovación de destinos y percepción de la protección ambiental. El caso de Fuerteventura (Islas Canarias, España)". *Investigaciones Turísticas*, nº 1: 1?20.
- UNWTO (1993) *Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para planificadores locales*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- VERA REBOLLO, J. F., BAÑOS CASTIÑEIRA, C. J. (2010): "Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 53: 329?353.
- WILLIAMS, A. Y SHAW, G. (2011). "Internationalization and innovation in tourism". *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 1, pp. 27-51
- Fernández Hernández, C. y Martín Torres, F. M. (coord.) (2008): *Planificación y gestión del turismo rural: reflexiones desde la experiencia en Canarias*, Federación Canaria de Desarrollo Rural, Tenerife.
- Fernández Hernández, C., Araña Padilla, J. y León González, C. (2017): *Estudio del producto de astroturismo en la isla de La Palma*; Asociación Eointur, Tenerife.

Otros Recursos

Prácticas en el aula de informática con software específico
<http://www.rri.wvu.edu/pdf/files/seedgrantwpdeng.pdf>

<http://www.seagrants.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>
<http://www.visitlondon.com/about/local-tourism-resources/local-tourism-toolkit>
<http://www.antropologiasocial.org/contenidos/tutoriales/tym/paginas/lecturas.htm>
http://www.trkl.in/media_newsupdates.php?id=26
<http://www.um.es/dp-geografia/revista-turismo.php>
<http://www.cabildofuer.es/PLAN/MEMORIA.pdf>
http://www.diariodelanzarote.com/documentos/09502006-pteot_lanzarote.pdf
<http://www.cabtfe.es/planes/PTEOTurismo>
<http://www.calidadturistica.es>
<http://www.ictes.es>
<http://www.mcx.es/turismo/picte2000>
<http://www.sgt.tourspain.es/Index.asp>
<http://www.mityc.es/es-ES/Servicios/Ayudas/Otros/PlanesProductoTuristico>
http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31416&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
http://www.laparios.com/cst_2003_study-part3.html
<http://pasosonline.org>
<http://www.businessmodelgeneration.com/>
<http://www.turismo2020.es/index.php?/esp/documentacion> (Debilidades y fortalezas; Oportunidades y amenazas de un destino turístico identificadas en el Plan Estratégico Horizonte 2020 del turismo español)
<http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/OTROS/pentur/pentur.htm> (Oportunidades y amenazas identificadas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo de Perú 2005-2015)
www.andalucialab.org/
www.witcamp.com/

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación del alumnado se llevará a cabo, como norma general, siguiendo una modalidad de evaluación continua y, en su caso, una evaluación única (alternativa). La evaluación continua implicará diversos tipos de actividades a lo largo del curso con el objetivo de valorar si el alumnado ha alcanzado las competencias y los resultados del aprendizaje de la asignatura, tal como especifica el Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL (Boletín Oficial de la Universidad de La Laguna: 23 de junio de 2022, Num. 36). Según la disposición transitoria contemplada en este reglamento, la distribución de porcentajes de las pruebas objetivas se mantiene tal y como aparece en la memoria de verificación del título.

EVALUACIÓN CONTINUA. Todo el alumnado está sujeto a la evaluación continua en todas las convocatorias de la asignatura (art. 4.4 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL). Esta modalidad se vincula a las actividades evaluativas que se describen y ponderan a continuación:

1. La evaluación continua se puntuará hasta 10,0 puntos. Esta consiste en:
 - (A) Un trabajo en individual o en grupo (2 alumnos/as) consistente en el diseño de un producto turístico. En el trabajo se deberá atender a los siguientes elementos (no constituyendo un índice):
 - A1. Designación de un ítem, área o tema de referencia central en el producto a diseñar. Explicación de su importancia en el contexto seleccionado (geográfico, mercado, cultural, ...)
 - A2. Identificación de la oferta (inventario de productos, servicio, bienes y recursos susceptibles de uso turístico) aplicada al

ítem de referencia. Jerarquización de lo inventariado según grado de atractividad (en general a los mercados). Gama de actividades y servicios en base a la vocación de los recursos.

A3. Identificación y caracterización de la demanda del tipo de productos/servicios según 1. Especial referencia a la tipología de turistas.

A4. Objetivos de la creación del producto concreto.

A5. Selección de atributos y concepto del producto turístico (Selección de bienes/recursos, agregación de los recursos seleccionados, dotación de simbolización, valores añadidos, caracterización, temporalización de la oferta, ...).

A6. Definición del público/segmentos/mercados objetivo (¿es posible atraer nuevos segmentos?).

A7. Definición de los usos/actividad de los componentes del producto, la relación existente entre ellos y otros productos/servicios inventariados.

A8. Definición de imagen a proyectar y estrategia de comunicación.

A9. Legislación y normativa que afecta al producto (especialmente importante que no exista limitación legal a la implementación del producto propuesto).

A10. Cálculo de costes, retorno de inversión y viabilidad económica del producto (se puede incluir la determinación de competidores respecto al producto)

A11. Indicadores de sostenibilidad y mecanismos de retroalimentación (importantes para evaluación de impactos y comercialización del producto)

A12. Resumen ejecutivo del producto diseñado.

El trabajo deberá entregarse on-line, utilizando todos los recursos que se estimen oportunos. El trabajo será evaluado sobre 10 puntos (ponderados al **75% de la nota final**), atendiendo especialmente a: (A) Presentación y medios utilizados (1 punto) (B) Descripción y originalidad en la selección de recursos y contenidos (2,5 puntos). (C) Detalle en el proceso de creación del producto (2,5 puntos). (D) Expresión de los contenidos bibliográficos y de aula (2,5 puntos). (E) Viabilidad del producto demostrable mediante la existencia de productos de carácter similar (1,5 puntos).

(B) Una prueba tipo test de 10 preguntas, valorado sobre 10 puntos (ponderación del 15% sobre el total de la asignatura), con una puntuación mínima de 5 puntos. De no obtenerse la puntuación mínima establecida en el examen, la calificación final en acta será exclusivamente la del mismo.

(C) Tarea en grupo de 2 estudiantes que sintetiza críticamente la salida realizada, valorada sobre 10 puntos y ponderada al 10% sobre el total de la asignatura. En caso de no poder realizarse la salida por circunstancias sobrevenidas, este 10% se compensará con una práctica específica.

Renuncia a la evaluación continua

De acuerdo con el artículo 5.5 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL (2023), el alumnado podrá renunciar libremente a la evaluación continua y pasar a la modalidad única siempre antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación sea al menos el 40% de la evaluación continua.

Condiciones para mantener la evaluación continua.

Asistencia de, al menos, el 80% de las clases teóricas y prácticas impartidas por cada uno de los docentes de la asignatura. La justificación de una falta se ha de hacer necesariamente en la semana siguiente de la misma, considerándose exclusivamente circunstancias de fuerza mayor.

Convocatorias agotadas

Se entenderá que una convocatoria está agotada (es decir, el alumno figurará como presentado con la nota correspondiente) cuando el estudiante se presente a un número de actividades que supongan el 50% de la evaluación continua (art. 4.8 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna).

EVALUACIÓN ÚNICA (ALTERNATIVA).- Se basa en la realización de una prueba única (examen) consistente en el desarrollo en espacio limitado de cinco preguntas sobre los contenidos (teóricos y prácticos) impartidos en la asignatura. Se valorará de 0 a 10 puntos.

En ambos tipos de evaluación, la nota mínima que se exige para superar esta asignatura es de 5.0.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de respuesta corta	[CB6], [CG2]	10 preguntas tipo test con cuatro respuestas alternativas y/o redacción de respuesta corta.	15,00 %
Trabajos y proyectos	[CB10], [CG2], [CE10]	(desarrollado en la descripción de la evaluación)	75,00 %
Salida de campo	[CG2], [CB10], [CE10]	Tarea en grupo de 2 estudiantes que sintetiza críticamente la salida realizada, valorada sobre 10 puntos y ponderada al 10% sobre el total de la asignatura.	10,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

Conocer los principales productos turísticos
Diseñar productos turísticos según mercados y destinos
Evaluar y proponer mejoras en los productos de un destino dado

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

*La distribución de los temas por semana es orientativa, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 7:	Tema 1	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	8.00	10.00	18.00

Semana 8:	Tema 2	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	8.00	10.00	18.00
Semana 9:	Tema 3	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	8.00	10.00	18.00
Semana 10:	Tema 4	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	8.00	10.00	18.00
Semana 11:	Tema 5	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	8.00	10.00	18.00
Semana 12:	Preparación Visita	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual. Seminario con especialista/empresario (2 horas on line)	6.00	7.50	13.50
Semana 13:	Preparación Visita	Explicación teórica de los temas partiendo de docencia magistral y apoyándose en internet y el aula virtual.	2.00	2.50	4.50
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación.	12.00	30.00	42.00
Total			60.00	90.00	150.00