

LICENCIATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Circuitos Turísticos

Primer año
Segundo Cuatrimestre
2009

Objetivos Generales:

- Que el alumno conozca las dimensiones turísticas de Mendoza, Argentina, y el Mundo, y que pueda valorarlos en su diversidad, desarrollando la creatividad en innovación en nuevos productos.

Objetivos Específicos:

- Que reconozca y valore importantes ambientes naturales y culturales del Mundo para lograr el desarrollo de diferentes productos turísticos.
- Que trabaje sobre el uso de nuevas tecnologías y soportes de comercialización.
- Que diagrame un circuito específico de acuerdo a un cliente determinado y confeccione un folleto turístico.
- Que reconozca y valore el Patrimonio cultural y natural de Mendoza y Argentina y de acuerdo a la demanda, arme un producto original que fortalezca el turismo receptivo.
- Que contacte a profesionales del sector ampliando así el campo laboral.
- Que se capacite para negociar nuevos productos con empresarios del medio y con representantes de la superestructura y desarrolle la “puesta en escena” de los mismos.

Normas de Aprobación.

- Las notas surgirán de las evaluaciones parciales propuestas:

Unidad 1 y 2: evaluación conceptual.

Unidad 3: Trabajo práctico grupal: armado de un circuito turístico local. Confección de folleto, página web y encuestas para su evaluación post- viaje.

Unidad 4: Trabajo práctico individual: informe sobre el debate acerca de los destinos turísticos más requeridos por visitantes nacionales y extranjeros en la República Argentina.

Trabajo práctico grupal: armado de un paquete turístico temático, con destinos nacionales nuevos, de acuerdo al resultado del trabajo práctico anterior.

Trabajo práctico grupal: armado de un paquete turístico nacional para estudiantes. Promoción y venta.

Unidad 5: Trabajo práctico grupal: armado de la ruta aérea, alojamiento y excursiones opcionales en base a un circuito internacional dado. Costos y precio de venta. Confección de un CD.

Ciclo de visitas y conferencias semanales (asistencia obligatoria, mínimo 50% de las mismas y elaboración de fichas de cada una de ellas, que serán evaluadas).

Contenidos:

Unidad 1: Conceptos y terminología

Programa turístico: concepto, tipo de servicio, su evolución. Tipos: ruta turística, visitas guiadas, paquete turístico, itinerario personal.

Paquete turístico: concepto, clasificación según la organización de la prestación, la modalidad del viaje, la temática, el programa, la forma de operación y los usuarios del producto.

Excursiones: traslados o transfers, city tour, visita a la ciudad (sightseeing), tour de compras, nocturnas y excursiones propiamente dichas.

Tours: de fin de semana, miniturismo, viajes de larga distancia.

Terminología: viajes a forfait (FIT), paquete o packager, Inclusive Tour (IT), Domestic Independent Travel (DIT), Individual Inclusive Tour (IIT), Group Inclusive Tour (GIT), Inclusive Tour Charter (ITC).

Unidad 2

Producción de paquetes turísticos: programación y operación

1- Objetivo: la idea-proyecto o idea objetivo. Objetivos posibles, factibles, viables y sustentables. Diagnóstico. Determinación de la temática y de las características formales.

2- Diseño del circuito e itinerario: concepto y componentes del circuito turístico. Tipos. Diagramación y planificación (investigación, análisis y enunciación del circuito). Análisis de la accesibilidad. Selección de centros base.

3- Armado de paquetes turísticos: Confección del itinerario (estructuración, tiempos de ruta y de visitas, paradas técnicas, fijación de horarios, redacción del itinerario). Selección de prestadores turísticos. Técnicas de negociación. Cotización. Costos del programa. El precio. El programa resultado.

2- Operación: la función operativa. Operación emisora y receptiva. Etapas. Organización de la prestación, prestación del servicio y evaluación post- viaje.

Unidad 3: Circuitos locales

Diagramación de circuitos turísticos locales no convencionales. Investigación y búsqueda de información a través de páginas web, bibliografía y entrevistas a expertos. Relevamiento de campo (convenio con empresas de viajes). Armado del circuito y confección del folleto y página web. Búsqueda y selección de proveedores.

Análisis de costos y fijación del precio. Promoción y venta del producto turístico. Evaluación post-viaje a través de encuestas (formulación de las mismas)

Unidad 4: Circuitos nacionales

Análisis de los destinos turísticos argentinos más requeridos por visitantes nacionales y extranjeros. Debate de las propuestas existentes en web oficiales y de empresas mayoristas.

Armado de paquetes turísticos no tradicionales en base a una temática promoviendo nuevos destinos.

Armado de paquetes turísticos, con destinos nacionales para estudiantes de turismo. Promoción y venta.

Unidad 5: Circuitos internacionales

Análisis de circuitos turísticos internacionales: Europa, África, Asia y Oceanía. Ubicación en el espacio geográfico. Perfil del visitante. Productos turísticos más importantes.

En base a un circuito turístico dado, armado de la ruta aérea, búsqueda de alojamiento y organización de excursiones opcionales. Costos y precio de venta. Confección de un CD como herramienta de venta.

Bibliografía

- Chan, Nélica. **Circuitos Turísticos. Programación y cotización.** Ediciones Turísticas, Buenos Aires, 2005.
- Manuales operativos
- Guías turísticas
- Folletería
- Mapas
- Páginas web de los destinos planteados, organismos oficiales y empresas turísticas