

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**GESTIÓN DE LA HOSPITALIDAD**  
**ÉNFASIS TURISMO**  
**PLAN 2008**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

Resolución N° 17/07/18-00 Acta N° 995/27/03/2017 - ANEXO 03

**I. - IDENTIFICACIÓN**

- |                                    |               |
|------------------------------------|---------------|
| 1. Asignatura                      | : Turismo III |
| 2. Semestre                        | : Séptimo     |
| 3. Horas semanales                 | : 5 horas     |
| 3.1. Clases Teóricas               | : 5 horas     |
| 3.2. Clases prácticas              | : 0           |
| 4. Total real de horas disponibles | : 80 horas    |

**II. - JUSTIFICACION**

En semestres anteriores se han analizado las bases teóricas relacionadas con la actividad turística.

Con miras al desarrollo de un trabajo final de grado, en este semestre, se examinan conceptos y elementos que integran el conjunto de servicios turísticos, desde una agencia de viajes, medios de transporte, instituciones gubernamentales y otros organismos que fomentan el turismo a nivel local e internacional.

La correcta definición de qué es un producto turístico servirá al estudiante para desarrollar un proyecto de investigación con sólidos cimientos sustentables que beneficien a todos los sectores involucrados en la actividad.

**III. - OBJETIVOS GENERALES**

1. Planificar conjuntos de servicios turísticos
2. Analizar la situación turística del Paraguay
3. Investigar el ciclo de vida de un producto turístico
4. Identificar los impactos positivos y negativos del turismo local
5. Analizar elementos que sirven para el desarrollo de un proyecto turístico.

**IV. - PRE - REQUISITO**

Turismo II

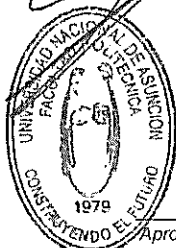
**V. - CONTENIDO**

**5.1. Unidades Programáticas**

1. Planificación y gestión de conjuntos de servicios.
2. Análisis del potencial de un destino turístico
3. Creación, modificación y declive de productos turísticos.
4. Diseño de productos turísticos.
5. Implementación de los productos turísticos

**5.2. Desarrollo de las Unidades Programáticas**

1. Planificación y gestión de conjuntos de servicio
  - 1.1. Agencias de viajes.
  - 1.2. Nuevas tendencias de información y venta.
  - 1.3. Medios de transporte
  - 1.4. Complejo turístico. Clasificación
  - 1.5. Construcción de tarifas de servicios turísticos
  - 1.6. Calidad en los servicios turísticos
  - 1.7. Normas nacional e internacional de calidad
  - 1.8. Atención a clientes en los diferentes establecimientos de hospitalidad
2. Análisis del potencial de un destino turístico
  - 2.2. Objetivos.
  - 2.3. Recursos turísticos del territorio
  - 2.4. Tipos de recursos.
  - 2.5. Inventario de recursos turísticos
  - 2.6. Técnicas de evaluación
  - 2.7. Fichas de recursos turísticos.
  - 2.8. Cuestionarios de evaluación de recursos.



3. Creación, modificación y declive de productos turísticos.
  - 3.1. Elementos de la oferta turística.
  - 3.2. Los recursos
  - 3.4. Sistemas de apoyo, servicios e infraestructura..
  - 3.5. Niveles del producto turístico. Expectativa y satisfacción.
  - 3.6. Análisis de la demanda objetivo.
  - 3.7. Ciclo de vida del proyecto turístico.
4. Diseño de productos turísticos.
  - 4.1. Visión general de la planificación.
  - 4.2. Planificación del proyecto.
  - 4.3. Planificación del territorio.
  - 4.4. El turismo y la inclusión. Adaptabilidad de la infraestructura turística.
  - 4.5. Clasificación del destino turístico.
  - 4.6. Los servicios turísticos
5. Implementación de los productos turísticos
  - 5.1. Objetivos
  - 5.2. Impactos positivos y negativos del desarrollo turístico.
  - 5.3. Efectos culturales
  - 5.4. Efectos económicos
  - 5.5. Efectos medioambientales
  - 5.6. Efectos sociales
  - 5.7. Importancia y creación de la marca identificadora del destino turístico
  - 5.8. La marca
  - 5.9. La imagen del destino
  - 5.10. Plan de marketing
    - 5.10.1. Estrategias de un plan de marketing on line

## VI. - ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

- 1- Lectura comentada.
- 2- Discusión, debate.
- 3- Investigación bibliográfica
- 4- Visitas técnicas a Empresas Turísticas.

## VII. - MEDIOS AUXILIARES

- Recursos audiovisuales
- Libros, revistas, folletos

## VIII. - EVALUACION

1. Trabajos en clase.
2. Informe de las visitas técnicas.
3. 2(dos) Exámenes parciales.
4. 1(un) Examen Final.

## IX. - BIBLIOGRAFIA

1. Brugada, A. (s/f) *Manual de AMADEUS*. AMADEUS PARAGUAY
2. González Cobreros, M.A. (2008) *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes*. Madrid. España: Editorial Síntesis.
3. Milio Balanzá, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. México. México: Editorial Paraninfo Thomson.
4. Molina, S. (2009) *Turismo y ecología*. México. México: Ediciones Trillas.

