



**Universidad del Magdalena**  
**Vicerrectoría Académica**  
**Formato Microdiseño**

1 IDENTIFICACION			
1.1 Código	1.2 Nombre	1.3 Pre-Requisito	1.4 Co-Requisito
3024433	Diseño y creación de productos patrimoniales y turísticos	N/A	Gestión del patrimonio y turismo en el Caribe colombiano.
No. Créditos	HADD	HTI	Proporción HADD:HTI
3	48	96	1/2
<b>Obligatorio</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Optativo</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Teórico</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Practico</b>	<input type="checkbox"/>
		<b>Libre</b>	<input type="checkbox"/>
			<b>Teórico/Practico</b>
			<input type="checkbox"/>
<b>1.5 Unidad Académica Responsable del Curso</b>			
Programa de Historia y Patrimonio / Facultad de Humanidades			
<b>1.6 Área de Formación</b>			
Área de formación específica			
<b>1.7 Componente</b>			<b>No aplica</b>
Componente de gestión patrimonial y cultural			<input type="checkbox"/>
<b>1.8 Objetivos General</b>			
La asignatura pretende que los estudiantes adquieran las competencias para diseñar y proponer productos patrimoniales y turísticos acordes a las tendencias y necesidades de la demanda y la oferta turística, incorporando la sensibilidad hacia el medio ambiente, la conservación y defensa del patrimonio natural y cultural y el Código Ético Mundial para el Turismo responsable.			

### 1.9 Objetivos Específicos

- Analizar el comportamiento y evolución del sector turístico como justificación del diseño y creación de los productos culturales.
- Comprender los aspectos a considerar en el diseño y desarrollo de productos sostenibles.
- Identificar las oportunidades y elementos para el diseño y desarrollo de productos culturales comercializables y su integración con distintas actividades turísticas.
- Evaluar las estrategias de publicidad y mercadeo para la promoción de los productos creados.
- Comprender la importancia de las diversas normas técnicas para la creación de productos patrimoniales.
- Adaptar los artículos del Código Ético Mundial para el Turismo a fin de desarrollar productos turísticos de alta calidad, sostenibles.

## 2 Justificación

A través de las asignaturas cursadas con anterioridad, las salidas de campo y el conocimiento del universo patrimonial del Caribe colombiano, el estudiante estará en capacidad de ir identificando posibles elementos donde poder desarrollar emprendimientos culturales que posibiliten e impulsen el desarrollo local a través de las iniciativas culturales. Para ello deberá además procesar ideas, conceptos que le ayuden a dar forma y posicionamientos a sus productos por medio del marketing y el estudio de los entornos.

El turismo es una de las actividades económicas más dinámicas a nivel mundial, por lo que en las últimas décadas han surgido productos turísticos que buscan ofrecer una nueva experiencia al visitante, y al mismo tiempo, suponen una base para el desarrollo sostenible del turismo y respetuoso de la cultura local.

La creación de dichos productos, supone el conocimiento de las tendencias del sector y de las principales necesidades y expectativas de la demanda, así como el desarrollo de una oferta turística que integre elementos de sustentabilidad y que esté articulada con las capacidades y potenciales locales en materia de infraestructura, servicios, transporte y otros elementos esenciales para la prestación de un servicio turístico de alta calidad.

Por lo anterior, el estudiante que se está formando en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, debe conocer y dominar las técnicas y herramientas que le permitan crear e implementar productos turísticos altamente competitivos, soportados en la calidad, de tal forma que contribuyan con el aumento de la eficiencia en la gestión del desarrollo turístico, de la demanda turística y de la rentabilidad de las inversiones que soportan este sector.

Del mismo modo, la asignatura permite relacionar temas tratados en otras materias, tales como los aspectos fundamentales del turismo, su promoción y comercialización; por lo que el estudiante adquirirá las competencias necesarias para crear un producto turístico que sea foco de atracción y que incida en

la generación del desarrollo económico y social del destino turístico, en complemento con las ventajas competitivas de ese territorio, más allá de la oferta hotelera y de la manutención.

Igualmente, el estudiante desarrollará competencias para crear productos turísticos que acoplen los artículos del Código de Ética Mundial para el Turismo, teniendo en cuenta los impactos que conlleva el desarrollo de la actividad turística, tanto desde el punto de vista económico como social, y en especial, porque el turismo bajo un marco de planificación sostenible, debe contribuir significativamente a la protección del medio ambiente, en el desarrollo económico y la lucha contra la pobreza.

### 3 Competencias a Desarrollar

#### 3.1 Competencias Genéricas

- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
- Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Habilidad para trabajar en forma autónoma.
- Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.
- Compromiso ético.
- Capacidad de comunicación oral y escrita.
- Compromiso con la preservación del medio ambiente.
- Capacidad creativa.
- Compromiso con su medio socio-cultural.

#### 3.2 Competencias Específicas

- Planifica el usufructo de la oferta turística del territorio, a nivel de destinos y empresas con criterios de sostenibilidad y calidad.
- Asesoría o consultoría para el diseño de productos turísticos.
- Gestión de su propia empresa en el sector turístico.

### 4 Contenido y Estimación de Créditos Académicos

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos				
N	Nombre	N	Nombre	HAD		HTI		Total
				T	P	T	P	
0	<b>INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA</b>	0.	Socialización del microdiseño y contenido programático	1		2		3
1	<b>GENERALIDADES DEL PATRIMONIO CULTURAL Y TURÍSTICO</b>	1.1.	Definiciones	2		4		6
		1.2.	Sistema turístico	3		6		9
		1.3.	Evolución del turismo	3		6		9
		1.4.	El turismo como actividad económica en el mundo	3		6		9
		1.5.	El turismo como actividad económica en Colombia	1		2		3
2	<b>RECURSOS PATRIMONIALES Y TURÍSTICOS</b>	2.1.	Definición de recurso turístico	1		2		3
		2.2.	Diferencias con patrimonio turístico	1		2		3
		2.3.	Clasificación de los recursos turísticos	1		2		3
		2.4.	Inventario de recursos turísticos - Metodología MinCIT	7		14		21
3	<b>PRODUCTOS Y DESTINOS PATRIMONIALES Y TURÍSTICOS</b>	3.1.	Definición de productos culturales	1		2		3
		3.2.	Definición de destinos turísticos	1		2		3
		3.3.	Características y tipologías de los productos y destinos	1		2		3
		3.4.	Actividades características OMT	2		4		6
4	<b>IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO PATRIMONIAL Y TURÍSTICO</b>	4.1.	Lecciones en la implementación de productos turísticos	1		2		3
		4.2.	Principios para el desarrollo de productos turísticos	2		4		6
		4.3.	Factores y variables que inciden	2		4		6
		4.4.	Etapas del proceso	2		4		6
		4.5.	Criterios de priorización	2		4		6
		4.6.	Ejemplos de productos culturales	2		4		6
		4.7.	Diseño y creación de un producto patrimonial y turístico	9		18		27

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos				
N	Nombre	N	Nombre	HAD		HTI		Total
				T	P	T	P	
<b>Total</b>				<b>48</b>		<b>96</b>		<b>144</b>
<b>Créditos Académicos</b>				<b>3</b>				

## 5 Prácticas Académicas (Laboratorios y Salida de Campo)

Temática	Actividad	Tema	Recursos	Tiempo (h)	Semana
Desarrollo de productos turísticos en el Cabo de la Vela (La Guajira, Colombia)	Visita a los atractivos turísticos del Cabo de la Vela (La Guajira, Colombia).	Desarrollo de productos culturales y turísticos en el Cabo de la Vela (La Guajira, Colombia)	Transporte con equipero y acompañamiento durante el viaje.	2 días y 1 noche	15

## 6 Propuesta Metodológica

En cuanto a la metodología, el curso inicia con la exposición del contenido programático, reglas de juego y la introducción a la conceptualización moderna del turismo, como insumo para el entendimiento de la necesidad de crear productos turísticos de alta calidad y sostenibles. Asimismo, se motiva al estudiante para que haga lectura y reflexione sobre los principios y artículos del Código Ético Mundial para el Turismo, el cual incorpora los elementos que todo producto turístico debe incluir para incidir de manera positiva y con impacto favorable para las comunidades, la preservación del medio ambiente y el patrimonio cultural e inmaterial, así como en el desarrollo económico, especialmente de los países en vía de desarrollo.

Se procede a desarrollar a través de la aplicación de diversas técnicas, la creación del producto turístico que sea compatible con el medio ambiente, la cultura, el Código Ético Mundial para el Turismo y la normatividad local y nacional. El trabajo en equipo permitirá el desarrollo práctico de los contenidos teóricos, a través de talleres, dinámicas grupales, análisis de casos y debates.

Se emplearán videos y ejemplos de otros países y regiones, que evidencien casos exitosos de productos turísticos bien planificados y que cumplan con los criterios del Código Ético Mundial para el Turismo.

Las actividades del curso combinarán tanto trabajo individual como grupal, y trabajo autónomo práctico, referido éste al diseño y creación de un producto turístico, a partir de las herramientas impartidas en la asignatura y el seguimiento por parte del docente, el cual deberá ser expuesto por el discente al finalizar el curso.

## 7 Estrategias y Criterios de Evaluación

Se harán 3 cortes de evaluación en donde se tendrán en cuenta criterios cualitativos y cuantitativos; en este sentido, el primer y segundo corte tendrán una valoración de 150 puntos cada uno y el tercer corte una valoración de 200 puntos, para un total de 500 puntos. A continuación, se muestra un cuadro resumen con el detalle de la valoración en puntos específica para cada corte de evaluación:

SEGUIMIENTO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	TEMAS A EVALUAR	SEMANA	PUNTAJE
Primero	Exposición dinámica (grupal)	Código Ético Mundial para el Turismo	2	30
Primero	Taller (individual)	Recursos turísticos	4	30
Primero	Trabajo práctico (grupal)	Inventario de recursos turísticos	5	90
Segundo	Exposición (grupal)	Principios y procedimientos para el desarrollo de productos turísticos	10	60
Segundo	Examen escrito (individual)	Principios y procedimientos para el desarrollo de productos turísticos	11	90
Tercero	Ensayo (individual)	Implementación de un producto turístico	13	60
Tercero	Entrega y sustentación de trabajo final	Creación de un producto turístico	15 y 16	140

## 8 Recursos Educativos

N	Nombre	Justificación	Hora (h)
1	Salón convencional de clases, pizarra acrílica, marcadores y borrador.	Es necesario para el normal desarrollo de las clases	48
2	Textos de consulta, computador e Internet en aula de clases.	Es necesario para el normal desarrollo de las clases	48
3	Video Beam y equipo de audio/parlantes (proyección de video y sonido) en aula de clases.	Es necesario para el normal desarrollo de las clases	48

<b>9 Referencias Bibliográficas</b>	
<b>9.1 Libros y materiales impresos disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad</b>	
<b>ACERENZA M.A.</b> (2004) <i>Fundamentos de Marketing Turístico</i> . México: Editorial Trillas.	
<b>ACERENZA M.A.</b> (1990) <i>Agencias de Viajes Organización y Operación</i> . México: Editorial Trillas.	
<b>ASCANIO A.</b> (2012) <i>Teoría del Turismo</i> . México. Editorial Trillas.	
<b>CARDENAS F</b> (1986) <i>Producto turístico: aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño</i> . México: Editorial Trillas.	
<b>CAVASSA C.</b> (2006) <i>Visión integral del turismo: fenómeno dinámico</i> . México: Editorial Trillas	
<b>DÍAZ B</b> (2011). <i>Diseño de productos turísticos</i> . Madrid: Editorial Síntesis. S.A.	
<b>MILIO I Y CABO M.</b> (2000) <i>Comercialización de productos y servicios turísticos</i> . España: Thomson Editores.	
<b>OMT.</b> (2012). <i>Manual de desarrollo de productos turísticos</i> . Madrid: OMT.	
<b>9.2 Libros y materiales digitales disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad</b>	
<b>PADIN, C., &amp; ABOY, S. (2012).</b> Nuevos Productos turísticos: la apuesta por el turismo marinerero de Galicia. <i>Revista Tékhne</i> ; vol.14. págs.. 55-83. Base de datos SciElo.	
<b>BARBOSA, E.</b> (2007). La política de turismo cultural y el diseño de producto turístico cultural. Caso: Corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. En: <i>Revista Escuela de Administración y Negocios</i> , núm.60, mayo-agosto, págs.105-122. Recuperado de: <a href="http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606006">http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606006</a>	
<b>9.3 Documentos y Sitios Web de acceso abierto a través de Internet</b>	
<b>ANATO</b> (2007) <i>Manual para el diseño de paquetes turísticos</i> . Recuperado de: <a href="http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=23912">http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=23912</a> .	
<b>9.4 Otros Libros, Materiales y Documentos Digitales</b>	
<b>FERNANDEZ V.R.</b> (2006) <i>Diseño del producto turístico- Un enfoque y una propuesta metodológica</i> . Recuperado de: <a href="http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=20100">http://www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=20100</a> .	
<b>CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES.</b> <i>Guía Metodológica para proyectos y productos de turismo cultura sustentable</i> . Recuperado de: <a href="http://www.portalpatrimonio.cl/media/docs/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf">http://www.portalpatrimonio.cl/media/docs/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf</a>	
<b>ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT).</b> Resolución adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Código Ético Mundial para el Turismo. A/RES/56/212. 21 de diciembre de 2001.	

**Director de Programa**

**Decano Facultad**