

PRONTUARIO

TÍTULO:	Seminario de oportunidades I
CODIFICACIÓN:	EXP 290
PRERREQUISITO:	EXP 100
CRÉDITOS:	2 créditos 30 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Este curso, que el o la estudiante debe matricular hasta dos veces, tiene el propósito de ampliar sus conocimientos en referencia a temas puntuales dentro del campo de las experiencias. Cada uno se presenta como una oportunidad para profundizar e investigar sobre distintas tipologías, principalmente dentro del turismo. Se estudia su devenir histórico y su marco teórico (conceptos, principios, filosofía, etc.) de cada área. Se analiza su práctica, poniendo atención a los productos/servicios, formas, gestión, políticas y alcances. Se abordan sus turistas/mercados examinando aspectos que van desde la motivación hasta la experiencia *in situ*. Se identifican las tendencias y se vislumbran las posibilidades de su futuro. Asimismo, se considera los impactos y debates que genera y su relación con la comunidad local y el medio ambiente. Todo esto a través de la teoría y la ayuda de ejemplos basados en la realidad de distintos destinos turísticos tanto a nivel local como internacional. Estos cursos se trabajan con subsegmentos del turismo y la producción de experiencias que incluyen el turismo cultural, los festivales, los eventos deportivos, las actividades recreativas, reuniones y convenciones y turismo de aventura, entre otras tendencias y prácticas. El ofrecimiento del curso especifica el tema principal que se va a trabajar.

JUSTIFICACIÓN

El turismo y el desarrollo de experiencias se compone de un sinnúmero actividades que se pueden agrupar según temáticas o estilos. Así existe el turismo cultural, deportivo, de naturaleza o náutico solo por mencionar algunas tipologías. De igual forma, en el sector de los eventos existen experiencias deportivas, festivales, actividades de negocios y familiares, entre otros. Para tener un buen dominio y conocimiento de este tipo de actividad es imprescindible conocer a fondo sus tipologías. Esto le brinda al estudiante una base para un mejor desempeño pues le permite conocer elementos, formas,

metodologías, comparables, tendencias y demás. Así, resulta propicio entender las múltiples diferencias que presenta el sector turístico y de eventos. Al final, el o la estudiante tiene la oportunidad de profundizar en aquellas áreas que sean de su mayor interés y estar capacitado para innovar y poder generar beneficios.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- Investigación y exploración
- Emprendimiento e innovación

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Comprender los principios y conceptos básicos del subsector turístico.
2. Conocer su desarrollo histórico y su situación actual.
3. Entender la composición de la oferta turística y sus experiencias (recursos productos, servicios, etc.).
4. Tener un conocimiento general de la demanda para este subsector.
5. Desarrollar conocimiento, comprensión y apreciación sobre sus prácticas y los espacios donde se dan.
6. Conocer las técnicas de mercadeo que mejor se adaptan a su naturaleza.
7. Vislumbrar la necesidad de un desarrollo sostenido y planificado para mantener su competitividad.
8. Razonar las múltiples implicaciones económicas, sociales, culturales y ambientales que generan sus actividades.
9. Comprender la importancia de estar al tanto de las nuevas tendencias.
10. Identificar y valorar las oportunidades de desarrollo e innovación sostenible.

CONTENIDO

- I. Principales conceptos en los distintos sectores de eventos y experiencias
 - A. Marco teórico
 - B. Devenir histórico
- II. Práctica de la tipología de experiencias

- A. Experiencia turística
 - B. Recursos turísticos
 - C. Turistas
 - D. Destinos turísticos
- III. Manejo de la tipología en los segmentos de experiencias
- A. Planificación
 - B. Gestión
 - C. Mercadeo
 - D. Políticas y calidad
- IV. Oportunidades y retos
- A. Tendencias
 - B. Debates
 - C. Sostenibilidad
 - D. Innovación

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Seminario
 - reuniones recurrentes en grupos pequeños
 - focalizando cada vez en diferente tema
 - los participantes presentan y discuten sus propuestas
- Discusión de publicaciones especializadas, artículos de periódicos y documentos oficiales
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje colaborativo
- Presentaciones electrónicas y recursos Web
- Proyecto de investigación

EVALUACIÓN

Presentaciones orales	10%
Composiciones	20%
Tareas parciales	40%
Proyecto final	<u>30%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Chen, Joseph (2016). *Nature - Based Tourism*. Routledge.

Cros, Hilary Du, and Bob McKercher (2015). *Cultural Tourism*. 2nd ed., Routledge Dixit,

Saurabh Kumar, editor (2019). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*.

Routledge. Dowling, Ross Kingston, and Clare Weeden (2017). *Cruise Ship Tourism*. 2nd ed., CABI.

Everett, Sally (2016). *Food & Drink Tourism: Principles and Practice*. SAGE. Fennell, David (2015). *Ecotourism*. 4th ed., Routledge.

Gibson, Philip and Richard Parkman (2018). *Cruise Operations Management: Hospitality Perspectives*. 3rd ed., Routledge.

Hall, Michael (2017). *Medical Tourism: The Ethics, Regulation, and Marketing of Health Mobility*. Routledge.

Hampton, Mark P (2017). *Backpacker Tourism and Economic Development: Perspectives from the Less Developed World*. Routledge.

Honey, Martha (2019). *Cruise Tourism in the Caribbean: Selling Sunshine*. Routledge.

Hudson, Simon, and Louise Hudson (2014). *Golf Tourism*. 2nd ed.

Goodfellow Publishers Limited. Lennon, J. John, and Glenn Hooper (2017). *Dark Tourism: Practice and Interpretation*.

Routledge. Taylor, Steve, et al (2013). *Adventure Tourism: Meaning, Experience and Learning*.

Routledge. Wearing, Stephen and Stephen Schweinsberg (2018). *Ecotourism:*

Transitioning to the 22nd Century. 3rd ed., Routledge.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

Adventure Travel Trade Association: www.adventuretravel.biz

Compañía de Turismo de Puerto Rico: www.prtourism.com

Discover Puerto Rico: www.discoverpuertorico.com

Foundation for Puerto Rico: www.foundationforpuertorico.org

Global Food Tourism Association: www.globalfoodtourism.com

Global Sustainable Tourism Council: www.gstcouncil.org

ICOMOS: www.usicomos.org

IAGTO (Global Golf Tourism Organization): www.iagto.com

Medical Tourism Association: www.medicaltourismassociation.com

Organización Mundial del Turismo: www2.unwto.org/es

Para la Naturaleza: www.paralanaturaleza.org

The Florida-Caribbean Cruise Association: www.f-cca.com

The International Ecotourism Society: www.ecotourism.org

UNESCO: whc.unesco.org

World Food Travel Association: www.worldfoodtravel.org

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022