



IN554 SEMINARIO DE INGENIERIA INDUSTRIAL:
MODELOS DE GESTION TURISTICA
6 U.D.

D H : (1.5-0.0-4.5)

REQUISITOS	:	IN58A
CARACTER	:	Electivo para la Carrera de Ingeniería Civil Industrial
PROFESOR	:	Esteban Zárate Rojas – Pablo Suazo Villalón
SEMESTRE	:	PRIMAVERA 2006

OBJETIVOS:

GENERAL: Proporcionar al alumno de una visión general de las disciplinas y sub sectores involucrados en la gestión turística, desde las perspectivas públicas y privadas.

ESPECIFICOS: El alumno debe ser competente en la aplicación de las distintas disciplinas de la gestión al sector turístico, entre ellas: gestión financiera, logística, comercial y de las tecnologías e innovación.

- a) El alumno debe ser capaz de contar con una visión clara de los distintos subsectores de la industria turística y su comportamiento
- b) El alumno será capaz de identificar y desarrollar los distintos aspectos relativos a la planificación y gestión pública del turismo.

CONTENIDOS:

1. Presentación del Programa de Curso e Introducción
2. Marco general de la industria turística
3. Análisis económico de la industria
4. Políticas y estrategias de desarrollo turístico
5. Marcos de aplicación de políticas y estrategias de desarrollo turístico
6. Competitividad y Sostenibilidad Turística
7. Clusters turísticos, localización de la oferta (espacio económico) y la cadena valor turística.
8. Planes de desarrollo turístico y encadenamientos productivos
9. Estrategias de intervención en el mercado turístico
10. Desarrollo de productos turísticos
11. Marketing de destinos turísticos
12. Conceptos básicos de hotelería
13. Conceptos básicos de restauración
14. Conceptos básicos de Agencias de Viajes
15. Conceptos básicos de entretenimiento, ocio y cultura
16. Conceptos básicos de transporte turístico
17. Canal de distribución de los productos turísticos
18. Tecnologías de la información aplicadas al turismo
19. Desarrollo de negocios y análisis de estrategias competitivas en el sector turismo

FORMA DE EVALUACION:

Realización de un trabajo de investigación aplicada. Considera tres presentaciones, **cada una de ellas equivalentes a un control y por lo tanto de asistencia obligatoria**. La presentación final del trabajo corresponde al **examen** del curso.

Presentación 1: Metodología y Marco teórico, en la **quinta sesión**

Presentación 2: Primer estado de avance, en la **novena sesión**

Presentación 3: Preinforme final, en la **décimo tercera sesión**

Temas propuestos:

1. Análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta turística por sub sectores (aplicable a Chile, Argentina y Perú):
 - a) Hoteles
 - b) Restaurantes
 - c) Agencias de Viaje
 - d) Mayoristas e intermediarios turísticos
 - e) Oferta de entretenimiento, cultura y ocio
2. Análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda (aplicable a Chile, Argentina y Perú):
 - a) Turismo interno (Chilenos que viajan por Chile)

- b) Turismo receptivo (Extranjeros que visitan Chile)
- 3. Medición y Mejoramiento de la Calidad de un producto turístico (Aplicación MMEDCAL – PHD)
- 4. Análisis de percepciones y posicionamiento de la oferta turística por sub sectores (aplicable a Chile, Argentina y Perú):
 - a) Hoteles
 - b) Restaurantes
 - c) Agencias de Viaje
 - d) Mayoristas e intermediarios turísticos
 - e) Oferta de entretención, cultura y ocio
- 5. Desarrollo de una metodología para la evaluación de destinos potenciales para el turismo

EVALUACION:

- 1. Control 1: Presentación Metodología (semana 5)
- 2. Control 2: Presentación Primer Estado de Avance (semana 9)
- 3. Control 3: Presentación Preliminar (semana 11)
- 4. Examen: Presentación Final (Examen)

BIBLIOGRAFÍA:

Frechtling, D.C. *Destination development: foundations for a stakeholder focus*. Ted Qual. N°5, pp 9-12. Madrid. (2002).

Hawkins, D.E. *Sustaining tourism in times of uncertainty*. Ted Qual. N°6, pp 36-41. Madrid. (2003).

Organización Mundial del Turismo. *Turismo panorama 2020: Previsiones mundiales y perfiles de segmentos de mercado*. Vol. 7. O.M.T. España. (2002).

Organización Mundial del Turismo. *Cooperación entre sectores públicos y privado: Mejorando la competitividad turística*. O.M.T. España. (2001).

O'Connor, O. *Critical success factors for destination mangement system implementation*. Ted Qual. N°5, pp 17-20. Madrid. (2002).

Hanqin Q.Zhang; Ivy Chow. Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong . Tourism Management 25th Edition. 2004.

Prem Chhetria, Colin Arrowsmitha, Mervyn Jackson, Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations Tourism Management. 25th Edition. 2004.

The Economist. Managing customers, Keeping the customer satisfied, Jul 12th 2001.

The Economist. Mass customization, A long march, Jul 12th 2001

“Externalizando el diseño del servicio turístico en los clientes: teoría y un caso en Chile”. Carlos Vignolo Friz, Esteban Zárate Rojas, Andrea Martínez Rivera, Sergio Celis Guzmán, Carlos Ramírez Correa.

Valls, Josep Francesc. “Las Claves del Mercado Turístico”, Deusto, 2003

Valls, Josep Francesc. “El arte de provocar la satisfacción”, ESADE Gestión 2000, 2000

Valls, Josep Francesc. “La imagen de marca de los países” McGraw – Hill, 1992

Kouyoumdjian, Helen. “Comercio Electrónico y Turismo: Factores claves del éxito”, 2004

Krupka, Bernhard. “Amadeus e-Travel, an Introduction”, 2004

WTTC, IFTO, IH&RA, ICCL. “Industry as a partner for sustainable development, Tourism”, 2002

CALENDARIO DE ACTIVIDADES:

Las actividades serán en general:

1. Clases presenciales
2. Presentaciones de especialistas.
3. Módulos no presenciales de autoestudio: material informativo y resumen de noticias relevantes del sector, vía Internet.