

Guia docent de l'assignatura "Productes Turístics"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Productes Turístics
- ✓ **Codi:** 101235
- ✓ **Titulació:** Grau de Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-17
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Optativa
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** 1er semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Castellà (Possibilitat estudiants Erasmus)
- ✓ **Professorat:** Lluís A. Garay

II. PRESENTACIÓ

L'assignatura té l'objectiu de situar l'estudiant en la comprensió dels processos de configuració dels productes turístics, amb un enfocament pràctic, basat en el tractament d'exemples rellevants. L'assignatura s'inicia amb la definició del Producte i com ha anat evolucionant aquest concepte al llarg del temps, per passar posteriorment a analitzar la seva configuració en el si de l'empresa i quin paper pot jugar l'administració en relació al seu desenvolupament. En tot cas, i tenint en compte que molts d'aquests conceptes s'han d'haver tractat amb anterioritat a altres assignatures, l'assignatura es concentra especialment en veure quins aspectes poden afectar de manera més rellevant a la configuració actual dels Productes Turístics (entre d'altres TIC i RSC) i especialment en analitzar exemples pràctics i rellevants pels estudiants.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

L'alumne en finalitzar el curs hauria de tenir la capacitat de:

- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme
 - o Conèixer com s'ha desenvolupat la idea de producte turístic, des dels seus orígens fins a l'actualitat
 - o Comprendre la conceptualització del producte turístic i les diferents aproximacions que existeixen al respecte
- Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques.
 - o Comprendre com es configura un producte turístic en el si d'una empresa i saber aplicar els coneixements a qualsevol realitat de negoci.
 - o Conèixer les darreres novetats pel que fa a la innovació en producte al sector turístic, alhora que no es descuiden les innovacions en procés i menys encara les organitzatives. Aplicar aquests coneixements en l'entorn empresarial
 - o Saber aplicar els darrers conceptes entorn la innovació en màrqueting del producte turístic
- Integrar coneixements i habilitats per dur a terme el treball professional i/o acadèmic.
 - o Conèixer l'ampli ventall de productes turístics que es presenten actualment al si del sector i donar a aquest coneixement una vessant pràctica que es pugui aplicar a qualsevol entorn professional (empresa, consultoria, administració)
- Proposar davant dels inconvenients solucions alternatives i creatives.
 - o Tenir constància de les darreres innovacions i propostes alternatives pel que fa a la creació de productes turístics, tenint alhora una visió de futur pel que fa a l'aparició de noves modalitats

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS D'APRENTATGE

CE1. Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE1.7. Identificar les bases que donen lloc a la creació de noves tendències en el sector turístic.

CE2. Identificar el marc legal que regula les activitats turístiques i a les entitats que les desenvolupen.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE2.6. Aplicar el dret públic i privat als nous productes, activitats i altres formes de turisme.

CE10. Argumentar de forma crítica des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta al sector turístic.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE10.3. Argumentar les bones pràctiques, les tendències i els plantejaments més actuals davant els reptes que el desenvolupament del turisme comporta.

CE11. Tenir iniciativa i esperit emprenedor per crear i gestionar empreses i productes del sector turístic.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE11.4 Distingir les iniciatives, projectes turístics i negocis més rellevants i actuals amb l'objecte d'impulsar l'esperit emprenedor en la creació i millora d'empreses i productes turístics.

CE13. Proposar soluci s alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE13.8. Aplicar les diferents eines de gestió i planificació que permetin impulsar el desenvolupament del sector turístic.

CE14. Innovar tant en la planificació i comercialització turística com en la gestió d'organitzacions turístiques.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE14.1. Identificar les tendències més actuals i les millors pràctiques per innovar en la planificació, adreça i comercialització en les entitats, productes i organitzacions turístiques.

CE16. Demostrar que coneix el funcionament de l'evolució de diversos models turístics per seleccionar el més idoni i aplicar-ho en l'entorn actual.

RESULTATS D'APRENENTATGE

CE16.3.Extrapolar experiències de l'estudi i exposició d'exemples i casos reals del sector turístic

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma aut noma

CT4. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT5. Prendre decisions en contextos d'incertesa aix  com ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mig i llarg termini.

CT6. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent situar-se en el lloc dels altres.

CT7. Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.

CT8. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.

CT9. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.

CT10. Treballar en grup

CT11. Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i sostenibilitat.

CT12. Tenir orientació de servei al client.

CT13. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.

V. TEMARI I CONTINGUTS

Bloc 1. Els antecedents i els productes turístics genèrics

Tema 1: Antecedents del turisme. El turisme religiós

Tema 2: Els turismes genèrics. El turisme de sol i platja

Tema 3: Els turismes genèrics. El turisme urbà

Tema 4. Els turismes genèrics. El turisme rural

Bloc 2. Els productes turístics especialitzats

Tema 5: Productes turístics motivats per recursos naturals

Tema 6: Productes turístics motivats per recursos culturals

Tema 7: Productes turístics motivats per activitats professionals

Tema 8: Altres productes específics

Bloc 3. Els productes turístics en l'era de la flexibilitat

Tema 9: El paper de les TIC i les Xarxes

Tema 10: Responsabilitat Social i Sostenibilitat

Tema 11: La innovació a la producció turística

Tema 12: El paper de l'Estat i dels consorcis

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- André, M. (2002). *El turismo urbano en España: retos y oportunidades de una actividad en expansión*. Economistas (XX, 92).
- Anton Clav , S. (2006). De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral. *Papeles de Economía Española* (2004, 102).
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Editorial del Fondo de Cultura económica.
- Buhalis, H. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Eds.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources". *Canadian Geographer* (vol. 24, núm.1, pág. 5-12).
- C noves, G, Herrera, L. I Villarino, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo* (15).
- Fernández Fuster, L. (1991). Historia general del turismo de masas. Editorial Alianza Universidad
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow publishers.
- Lew, A. (2008). Long Tail Tourism: New Geographies For Marketing Niche Tourism Products. *Journal of Travel & Tourism Marketing* (25, 3-4).
- Jensen, R. i Aaltonen, M. (2013). *The Renaissance Society: How the Shift from Dream Society to the Age of Individual Control will Change the Way You Do Business*. McGraw-Hill Education
- Moreno, A. (2007). Historia del turismo en España en el siglo XX. Editorial Síntesis.

- Planells, M. i Crespi, M. (2004). *Productos y destinos turísticos nacionales e Internacionales*. Editorial Síntesis.

VII. METODOLOGIES DOCENTS

La metodologia docent que s'utilitzarà es basarà en l'avaluació continuada i serà una combinació entre les classes magistrals, els treballs autònoms pràctics, la recerca a les xarxes i algunes visites a entitats i esdeveniments relacionats amb la temàtica de l'assignatura.

VIII. AVALUACIÓ

Es realitzarà un breu exercici pràctic cada setmana. Després de cadascun dels tres blocs que conformen l'assignatura es farà una prova d'avaluació continuada, pensada per fer-se en grup. La nota de cada bloc serà la de la prova d'avaluació continuada matisada amb les notes dels exercicis setmanals. La nota final en cas de seguir l'avaluació continuada serà la mitjana dels tres blocs temàtics. Sempre existirà la possibilitat de presentar-se a l'examen final de l'assignatura, en cas de no haver superat l'avaluació continuada o no haver-la pogut seguir per qualsevol motiu.

Important: si es vol seguir l'avaluació continuada, s'haurà d'assistir a un mínim d'un 80% de les classes i presentar-se a les tres proves d'avaluació que es faran al llarg del curs. El no lliurament d'una de les proves o el fet de suspendre l'avaluació continuada no invalida la opció de fer l'examen final.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

Tipus	Activitat	Hores	ECTS	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	24	0,96	CE1.7. , CE2.6., CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
	Resolució casos pràctics	12	0,48	CE16.3.

	Presentació pública de treballs	6	0,24	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
Activitats supervisades	Tutories	12	0,48	CT1,CT6
Activitats autònomes	Resolució casos pràctics	24	0,96	CE16.3.
	Elaboració de treballs	24	0,96	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
	Estudi	48	1,92	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
TOTAL		150	6	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	Tema 1: Antecedents del turisme. El turisme religiós	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
2	Tema 2: Els turismes genèrics. El turisme de sol i platja	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
3	Tema 3: Els turismes genèrics. El turisme urbà	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
4	Tema 4: Els turismes genèrics. El turisme rural	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
5	Primera Prova d'Avaluació Continuada (Bloc 1)	Presentació pública de treballs	2
6	Tema 5: Productes turístics motivats per recursos naturals	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
7	Tema 6: Productes turístics motivats per recursos culturals	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
8	Tema 7: Productes turístics motivats per activitats professionals	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8

9	Tema 8: Altres Productes específics	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
10	Segona Prova d'Avaluació Continuada (Bloc 2)	Presentació pública de treballs	2
11	Tema 9: El paper de les TIC i les Xarxes	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
12	Tema 10: Responsabilitat Social i Sostenibilitat	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
13	Tema 11: La innovació a la producció turística	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
14	Tema 12: El paper de l'Estat i dels consorcis	Classe te�rica	2
		Activitats Autònomes	8
15	Tercera Prova d'Avaluació Continuada (Bloc 3)	Presentació pública de treballs	2

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

El foment de l'emprenedoria i de la innovació es realitzarà a través de les reflexions que els propis alumnes puguin fer de les explicacions del professor. Aquestes aniran dirigides a fer observar als alumnes quins aspectes de l'activitat turística són necessaris de millorar i que ells mateixos agafin un esperit emprenedor. Una de les formes possibles de fer aix  serà analitzant quina és la realitat del sector turístic a través d'articles i treballs que incideixen sobre la situació del sector