

Productes turístics

Codi: 101235
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	OT	4	0

Professor/a de contacte

Nom: Monica Molina Hoyo
Correu electrònic: Monica.Molina@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)
Grup íntegre en anglès: Sí
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent extern a la UAB

Lluís Garay Tamajón

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

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. Durant el semestre es presentaran, analitzaran i debatran diferents casos pràctics de la mà dels agents turístics, que permetran a l'estudiant aprofundir en alguns tipus de turisme (genèric i específic) i abordar qüestions relatives. L'assignatura observarà com es creen i es defineixen els productes turístics, observant amb especial atenció tant els recursos que els possibiliten com els actors que intervenen en el seu desenvolupament, així com els impactes que produeixen. En aquest sentit se li donarà importància tant a la producció més tradicional com a la més específica i basada en els recursos naturals i culturals. Els aspectes lligats a la sostenibilitat (destacant també l'accessibilitat) i a la importància de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) formaran part protagonista del relat entorn a la creació i desenvolupament dels productes turístics en l'actual context post-fordista.

Objectius

L'estudiant al final del curs ha de ser capaç de:

- En relació amb el producte turístic:
 - Comprendre els principis bàsics de la producció turística
 - Reconèixer la importància dels vectors lligats a la sostenibilitat i la tecnologia en la creació i desenvolupament dels productes turístics, amb especial atenció a fenòmens com ara l'accessibilitat a les destinació i els seus recursos
 - Conèixer quins són els actors que protagonitzen aquest desenvolupament
 - Comprendre quins són els impactes que actualment generen aquests productes

- En relació amb la diversitat de productes turístics:
 - Diferenciar els productes en base als recursos que faciliten la seva creació i desenvolupament
 - Veure les seves característiques i implicacions a nivell econòmic, social i ambiental.
- Adquirir coneixements i habilitats per a la seva carrera professional:
 - Conèixer la gran varietat de productes turístics que el sector ofereix avui en dia i poder aplicar aquest coneixement en l'entorn professional (empresa, administració, acadèmia)
 - Desenvolupar una capacitat crítica en relació amb la creació de productes i la seva gestió posterior, promovent la sostenibilitat econòmica, social i ambiental.
 - Integar la innovació com a valor en la creació, gestió i comercialització de productes.

Competències

- Argumentar de manera crítica, des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta al sector turístic.
- Demostrar iniciativa i actitud emprenedora en la creació i la gestió d'empreses del sector turístic.
- Demostrar que coneix el funcionament i l'evolució de diversos models turístics per seleccionar el més idoni i aplicar-lo a l'entorn actual.
- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
- Identificar el marc legal que regula les activitats turístiques i les entitats que les desenvolupen.
- Innovar tant en la planificació i la comercialització turístiques com en la gestió d'organitzacions turístiques.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
- Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
- Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.
- Tenir orientació de servei al client.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el dret públic i privat als nous productes, activitats i altres formes de turisme.
2. Aplicar les diferents eines de gestió i planificació que permetin impulsar el desenvolupament del sector turístic.
3. Argumentar les bones pràctiques, les tendències i els plantejaments més actuals davant dels reptes que comporta el desenvolupament del turisme.
4. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
5. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
6. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
7. Distingir les iniciatives, projectes turístics i negocis més rellevants i actuals per impulsar l'esperit emprenedor en la creació i la millora d'empreses i productes turístics.
8. Extrapolar experiències de l'estudi i l'exposició d'exemples i casos reals del sector turístic.
9. Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
10. Identificar les bases que donen lloc a la creació de noves tendències al sector turístic.
11. Identificar les tendències més actuals i les millors pràctiques per innovar en la planificació, la direcció i la comercialització en entitats, productes i organitzacions turístiques.
12. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
13. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
14. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.

15. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
16. Tenir orientació de servei al client.
17. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
18. Treball en grup.

Continguts

Continguts

- Conceptualització de la producció turística
- Els turismes genèrics
- Productes turístics motivats per recursos naturals
- Productes turístics motivats per recursos culturals
- Altres productes específics
- El paper de les TIC i les Xarxes
- La sostenibilitat i accessibilitat a la producció turística
- La innovació a la producció turística

Metodologia

La metodologia docent que s'utilitzarà es basarà en l'avaluació continuada i serà una combinació entre les classes teòriques, els treballs autònoms pràctics, la recerca a les xarxes i la participació en debats relacionats amb la matèria. S'aconsellarà als estudiants la lectura de diferents referències abans de cada tema. La participació activa a les classes serà imprescindible i cada estudiant serà encoratjat a fer preguntes i contribuir a la discussió a l'aula.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	24	0,96	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Presentació pública	6	0,24	3, 7, 10
Tipus: Supervisades			
Tutories	12	0,48	6, 14
Tipus: Autònomes			
Aprenentatge autònom	46	1,84	2, 3, 7, 8, 10, 11

Avaluació

L'avaluació d'aquesta assignatura consta del següent sistema:

Al voltant dels blocs temàtics que conformen l'assignatura es realitzaran un conjunt d'activitats avaluatives que versaran sobre la matèria exposada a les classes. En aquest sentit, es realitzaran una sèrie de proves d'avaluació escrites i debats que es concretaran als estudiants a l'inici de semestre. S'hauran de fer totes aquestes activitats per tenir nota d'avaluació continuada.

Si la nota final no arriba al mínim de 4 sobre 10, l'estudiant haurà de fer l'examen final de l'assignatura. Per poder tenir nota final d'avaluació continuada l'estudiant haurà d'assistir a un mínim d'un 80% de les classes i presentar-se a les proves d'avaluació que es faran al llarg del curs.

En tot cas 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. Així, el no lliurament d'una de les proves o el fet de suspendre l'avaluació continuada no invalida en cap cas la opció de fer l'examen final i aquesta sempre estarà disponible per l'estudiant.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Classes teòriques i resolució de casos pràctics	10%	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Debats públics i elaboració de treballs	30%	20	0,8	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Prova d'avaluació continuada 1	30%	3	0,12	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Prova d'avaluació continuada 2	30%	3	0,12	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11

Bibliografia

- André, M. (2002). El turismo urbano en España: retos y oportunidades de una actividad en expansión. *Economistas* (XX, 92).
- Anton Clavé, 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.
- Brea, J. A. F. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *Pasos*, 13(4), 739.
- 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, pàg. 5-12).
- Cànoves, 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
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow publishers.
- 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
- Lew, A. (2008). Long Tail Tourism: New Geographies For Marketing Niche Tourism Products. *Journal of Travel & Tourism Marketing* (25, 3-4).
- López Guzmán, T. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2es).

- Moreno, A. (2007). Historia del turismo en España en el siglo XX. Editorial Síntesis.
- Moreno, M. i Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial* (núm. 1, pàg. 135-158)
- McKercher, B. (2015). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management* (vol. 54, págs 106-208).
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.
- Planells, M. i Crespi, M. (2004). Productos y destinos turísticos nacionales e Internacionales. Editorial Síntesis