

Productos turísticos

Código: 101235
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Monica Molina Hoyo
Correo electrónico: Monica.Molina@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente externo a la UAB

Lluís Garay Tamajón

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Presentación

La asignatura tiene el objetivo de situar al estudiante en la comprensión de los procesos de configuración de los productos turísticos, con un enfoque práctico, basado en el tratamiento de ejemplos relevantes. Durante el semestre se presentarán, analizarán y debatirán diferentes casos prácticos de la mano de los agentes turísticos, que permitirán al estudiante profundizar en algunos tipos de turismo (genérico y específico) y abordar cuestiones relativas. La asignatura observará cómo se crean y se definen los productos turísticos, observando con especial atención tanto los recursos que los posibilitan como los actores que intervienen en su desarrollo, así como los impactos que producen. En este sentido se le dará importancia tanto a la producción más tradicional como la más específica y basada en los recursos naturales y culturales. Los aspectos ligados a la sostenibilidad (destacando también la accesibilidad) y en la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) formarán parte protagonista del relato entorno a la creación y desarrollo de los productos turísticos en el actual contexto postfordista.

Objetivos

El estudiante al final del curso debe ser capaz de:

- En relación con el producto turístico:
 - o Comprender los principios básicos de la producción turística

- o Reconocer la importancia de los vectores ligados a la sostenibilidad y la tecnología en la creación y desarrollo de los productos turísticos, con especial atención a fenómenos como la accesibilidad en el destino y sus recursos
- o Conocer cuáles son los actores que protagonizan este desarrollo
- o Comprender cuáles son los impactos que actualmente generan estos productos
- En relación con la diversidad de productos turísticos:
 - o Diferenciar los productos en base a los recursos que facilitan su creación y desarrollo
 - o Ver sus características e implicaciones a nivel económico, social y ambiental.
- Adquirir conocimientos y habilidades para su carrera profesional:
 - o Conocer la gran variedad de productos turísticos que el sector ofrece hoy en día y poder aplicar este conocimiento en el entorno profesional (empresa, administración, academia)
 - o Desarrollar una capacidad crítica en relación con la creación de productos y su gestión posterior, promoviendo la sostenibilidad económica, social y ambiental.
 - o Integrar la innovación como valor en la creación, gestión y comercialización de productos.

Competencias

- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar que conoce el funcionamiento y la evolución de diversos modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
- Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan.
- Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el derecho público y privado a los nuevos productos, actividades y otras formas de turismo.

2. Aplicar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.
3. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.
4. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
5. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
6. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
7. Distinguir las iniciativas, proyectos turísticos y negocios más relevantes y actuales con el objeto de impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos.
8. Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico.
9. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
10. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.
11. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.
12. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
13. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
14. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
15. Tener orientación de servicio al cliente.
16. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
17. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
18. Trabajo en grupo.

Contenido

Contenidos

- Conceptualización de la producción turística
- Los turismos genéricos
- Productos turísticos motivados por recursos naturales
- Productos turísticos motivados por recursos culturales
- Otros productos específicos
- El papel de las TIC y las Redes
- La sostenibilidad y accesibilidad a la producción turística
- La innovación en la producción turística

Metodología

Metodología

La metodología docente que se utilizará se basará en la evaluación continua y será una combinación entre las clases teóricas, los trabajos autónomos prácticos, la investigación en las redes y la participación en debates relacionados con la materia. Se aconsejará a los estudiantes la lectura de diferentes referencias antes de cada tema. La participación activa en las clases será imprescindible y cada estudiante será alentado a hacer preguntas y contribuir a la discusión en el aula.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Presentación pública	6	0,24	3, 7, 10
Resolución de casos prácticos	34	1,36	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	12	0,48	6, 14
Tipo: Autónomas			
Aprendizaje autónomo	36	1,44	2, 3, 7, 8, 10, 11

Evaluación

Sistema de evaluación

La evaluación de esta asignatura consta del siguiente sistema:

Alrededor de los bloques temáticos que conforman la asignatura se realizarán un conjunto de actividades evaluativas que versarán sobre la materia expuesta en las clases. En este sentido, se realizarán una serie de pruebas de evaluación escritas y debates que se concretarán los estudiantes al inicio de semestre. Se deberán hacer todas estas actividades para tener nota de evaluación continuada.

Si la nota final no llega al mínimo de 4 sobre 10, el estudiante tendrá que hacer el examen final de la asignatura. Para poder tener nota final de evaluación continua el estudiante deberá asistir a un mínimo de un 80% de las clases y presentarse a las pruebas de evaluación que se harán a lo largo del curso.

En todo caso siempre existirá la posibilidad de presentarse al examen final de la asignatura, en caso de no haber superado la evaluación continua o no haberla podido seguir por cualquier motivo. Así, la no entrega de una de las pruebas o el hecho de suspender la evaluación continua no invalida en ningún caso la opción de hacer el examen final y ésta siempre estará disponible para el estudiante.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates públicos y elaboración de trabajos	30%	20	0,8	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Prueba de evaluación continuada 1	30%	3	0,12	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Prueba de evaluación continuada 2	30%	3	0,12	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Resolución de casos prácticos	10%	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 16, 18

Bibliografía

- 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 Universidad
- 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 (1) 135-158.
- McKercher, B. (2015). Towards a taxonomy of tourism products. Tourism Management (54) 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