Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Productos turísticos

Código: 101235
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	1

Contacto

Nombre: Albert Vancells Farraró

Correo electrónico: albert.vancells@uab.cat

Idiomas de los grupos

Para consultar el idioma/es de la asignatura será necesario ir al apartado "Metodología" de la guía docente.

Prerrequisitos

No hay prerequisitos

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 que permitirán al estudiante profundizar en algunos tipos de turismo (genérico y específico) y abordar cuestiones relativas.

Los aspectos ligados a la sostenibilidad y principalmente la accesibilidad universal tienen un peso muy importante en la asignatura. La accesibilidad es un elemento transversal en la creación y comercialización de toda tipología de turismo. Así, el alumno recibirá una formación integral en la comprensión y aplicación de este concepto. También se tratará la importancia de la tecnología en la transformación digital del sector turístico.

Objetivos

El estudiante al final del curso debe ser capaz de:

- En relación con el producto turístico:
  - Comprender los principios básicos de la producción turística
  - 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 al destino y sus recursos
  - Conocer cuáles son los actores que protagonizan este desarrollo
  - Comprender cuáles son los impactos que actualmente generan estos productos
- En relación con la diversidad de productos turísticos:

Diferenciar los productos en base a los recursos que facilitan su creación y desarrollo
Ver sus características e implicaciones a nivel económico, social y ambiental.

- Adquirir conocimientos y habilidades para su carrera profesional:
  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)
  Desarrollar una capacidad crítica en relación a la creación de productos y su gestión posterior, promoviendo la sostenibilidad económica, social y ambiental.
  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

1. Introducción a la asignatura Productos turísticos
2. Naturaleza y características del producto turístico
3. Tipología de productos turísticos
4. La necesidad de conocer (tendencias del mercado y la demanda, oferta, agentes involucrados (stakeholders), administraciones públicas, asociaciones, etc.)
5. Prioridades transversales de la Unión Europea: Medio ambiente y Igualdad de género, inclusión, diversidad y representatividad
6. ¿Cómo aplicar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas) al diseño de productos turísticos?
7. ¿Cómo se estructuran los productos turísticos y su posterior comercialización?
8. Innovación y creatividad aplicada al desarrollo de productos turísticos. El uso de la tecnología para crear nuevos productos turísticos.

Metodología

Idioma: Inglés

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 y la participación en debates relacionados con la materia.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase, dentro del calendario establecido por el centro/titulación, para la complementación por parte del alumnado de las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura /módulo.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje

Tipo: Dirigidas			
Clases teoricas	32	1,28	3, 7, 8, 10, 11
Resolucion de casos practicos	11	0,44	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Tipo: Supervisadas			
Tutoria	2	0,08	6, 14
Tipo: Autónomas			
Estudio	60	2,4	1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 14, 17, 18
Trabajos	40	1,6	2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 18

Evaluación

Sistema de evaluación

Evaluación continua

Ejercicio 1

Nombre: Ficha técnica

Peso total: 20% (sobre 100)

Ejercicio 2

Nombre: Productos turísticos, oportunidades y retos de futuro

Peso total: 30% (sobre 100)

Ejercicio 3

Nombre: Define tu producto turístico

Peso total: 35% (sobre 100)

Participación en el curso

Peso total: 15% (sobre 100)

Evaluación única

El examen final incluirá tres partes:

Parte 1: Quiz (15%)

Parte 2: Preguntas cortas (40 %)

Parte 3: Preguntas largas (45%)

Re evaluación

Sólo podrán acceder a esta opción aquellos estudiantes que se hayan presentado a la Evaluación Única y hayan obtenido una calificación entre 3,5-4,9.

El examen de re-evaluación incluirá tres partes:

Parte 1: Quiz (15%)

Parte 2: Preguntas cortas (40 %)

Parte 3: Preguntas largas (45%)

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicio 1	20%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 18
Ejercicio 2 / Presentación	30%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 16, 18
Ejercicio 3	35%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 16, 18
Participación en clase	15%	0,5	0,02	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 15, 16, 18

Bibliografía

Benur, A. M., and Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. Tourism Management 50, 213-224. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005

Buhalis, D., Darcy, S., and Ambrose, I. (Eds.). (2012). *Best practice in accessible tourism: Inclusion, disability, ageing population and tourism*. Channel View Publications.

Central Intelligence Agency (CIA): the world factbook: https://www.cia.gov/the-world-factbook/

Darcy, S., McKercher, B., and Schweinsberg, S. (2020). From tourism and disability to accessible tourism: a perspective article. *Tourism Review*, (75)1, 140-144. DOI: 10.1108/TR-07-2019-0323

Darcy, S., Cameron, B., and Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, *18*(4), 515-537. DOI: 10.1080/09669581003690668

Darcy, S., and Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44. DOI: 10.1375/jhtm.16.1.32

Datzira-Masip, J. (2006). Tourism product development: a way to create value. The case of La Vall de Lord. Paper presented at the XV International Leisure and Tourism Symposium. Doctoral Colloquium. Esade. http://www.esade.es/cedit2006/pdfs2006/papers/tourism_product_development_dds__esade_3r_may_2006.pdf

Datzira-Masip, J. (2006). Cultural heritage tourism - opportunities for product development: the Barcelona case. *Tourism Review*, *61*(1), 13-20. DOI: 10.1108/eb058466

du Cros, H., Bauer, T., Lo, C., and Rui, S. (2005). Cultural Heritage Assets in China as Sustainable Tourism Products: Case Studies of the Hutongs and the Huanghua Section of the Great Wall, Journal of Sustainable Tourism, 13:2, 171-194, DOI: 10.1080/09669580508668484

Gillovic, B., and McIntosh, A. (2020). Accessibility and Inclusive Tourism Development: Current State and Future Agenda. *Sustainability*, 12(22). DOI: https://doi-org.are.uab.cat/10.3390/su12229722

Henry, I. P., and Jackson, G. A. M. (1996). Sustainability of Management Processes and Tourism Products and Contexts, Journal of Sustainable Tourism, 4:1, 17-28, DOI: 10.1080/09669589608667256

Konu, H. (2015). Developing a forest-based wellbeing tourism product together with customers - An ethnographic approach. *Tourism Management*, (49), 1-16. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.006

McKercher, B. (2015). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management* (vol. 54), 106-208. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.008

Novelli, M. (2005). Niche tourism, contemporary issues, trends and cases. Oxford: Elsevier.

Read, M. (2013). Socio-economic and environmental cost-benefit analysis for tourism products - A prototype tool to make holidays more sustainable. Tourism Management Perspectives (8), 114-125. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.09.003

Saarinen, J. (Ed.). (2020). *Tourism and sustainable development goals: research on sustainable tourism geographies*. Routledge.

Sgroi, F. (2021). Food products, gastronomy and religious tourism: The resilience of food landscapes. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100435

Shrestha, R. K., and L'Espoir Decosta, P. (2023). Developing dynamic capabilities for community collaboration and tourism product innovation in response to crisis: Nepal and COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 31:1, 168-186, DOI: 10.1080/09669582.2021.2023164

Sisto, R., Cappelletti, G. M., Bianchi, P., and Sica, E. (2021). Sustainable and accessible tourism in natural areas: a participatory approach. *Current Issues in Tourism*, 25, 1-18. DOI: 10.1080/13683500.2021.1920002

United Nations Sustainable Development Goals: https://sdgs.un.org/goals

United National World Tourism Organisation (UNWTO): https://www.unwto.org/

World Travel and Tourism Council (WTTC): https://wttc.org/

Software

No se requiere un programario específico para esta asignatura