

Productes turístics

Codi: 101235
Crèdits: 6

2024/2025

Titulació	Tipus	Curs
2500894 Turisme	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Jordi Datzira Masip

Correu electrònic: jordi.datzira@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

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 que permetran a l'estudiant aprofundir en alguns tipus de turisme (genèric i específic) i abordar qüestions relatives.

Els aspectes lligats a la sostenibilitat i principalment l'accessibilitat universal tenen un pes molt important a l'assignatura. L'accessibilitat és un element transversal en la creació i comercialització de tota tipologia de turisme. Així l'alumne rebrà una formació integral en la comprensió i aplicació d'aquest concepte. També es tractarà la importància de la tecnologia en la transformació digital del sector turístic.

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.
Integrar 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

1. Introducció a l'assignatura Productes turístics
2. Naturalesa i característiques del producte turístic
3. Tipologia de productes turístics
4. La necessitat de conèixer (tendències del mercat i la demanda, oferta, agents involucrats (stakeholders), administracions públiques, associacions, etc.)
5. Prioritats transversals de la Unió Europea: Medi ambient i Igualtat de gener, inclusió, diversitat i representativitat
6. Com aplicar els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de Nacions Unides al disseny de productes turístics?
7. Com s'estructuren els productes turístics i la seva posterior comercialització?
8. Innovació i creativitat aplicada al desenvolupament de productes turístics. L'ús de la tecnologia per crear nous productes turístics.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	32	1,28	3, 8, 11, 10, 7
Resolució de casos pràctics	11	0,44	1, 2, 3, 8, 11, 10, 7
Tipus: Supervisades			
Tutories	2	0,08	6, 14
Tipus: Autònomes			
Estudi	60	2,4	1, 2, 3, 6, 8, 11, 10, 7, 14, 15, 18
Treballs	40	1,6	2, 3, 6, 8, 11, 10, 7, 13, 14, 18

La metodologia d'aprenentatge es basa en l'avaluació continua, combinant conceptes teòrics, i activitats pràctiques a classe, investigació i anàlisi, presentacions i treball final. L'assistència i participació a classe es considera important i també s'avaluarà.

Estructura de l'assignatura

Cada classe es compondrà de:

- 1 hora de teoria
- 2 hores de pràctiques

Experts convidats

1 o 2 experts convidats de la indústria i/o de l'administració pública.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	15%	0,5	0,02	1, 2, 3, 5, 4, 6, 16, 8, 17, 11, 10, 7, 9, 13, 14, 15, 12, 18
Exercici 1 (individual): Fitxa tècnica	20%	1,5	0,06	1, 5, 4, 6, 16, 8, 17, 11, 7, 13, 15
Exercici 2 Presentació (grup): Productes turístics, oportunitats y reptes de futur	30%	1,5	0,06	1, 2, 3, 5, 4, 6, 16, 8, 17, 11, 10, 7, 9, 13, 14, 15, 12, 18
Exercici 3 Informe (grup): Defineix el teu projecte de producte turístic	35%	1,5	0,06	1, 2, 3, 5, 4, 6, 16, 8, 17, 11, 10, 7, 9, 13, 14, 15, 12, 18

L'avaluació és continuada, i inclou tres exercicis (un individual, i dos en grups reduïts) i l'assistència i la participació a classe.

Per aprovar l'avaluació continua, els estudiants han de tenir un mínim de 3.5 sobre 10 a cada un dels tres exercicis. Sinó, els estudiants hauran de fer l'avaluació final al final del semestre.

Avaluació final

L'avaluació final inclou les següents tres parts:

- Part 1: Quiz (20%)
- Part 2: Preguntes curtes (30%)
- Part 3: Preguntes llargues (50%)

Re avaluació

La re-avaluació inclou les següents tres parts:

- Part 1: Quiz (20%)
- Part 2: Preguntes curtes (30%)
- Part 3: Preguntes llargues (50%)

Bibliografia

Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56 (3+4), 33-37.

Australia Council for the Arts (2018). International arts tourism. Connecting cultures. Australia Council for the Arts.

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/>

Commonwealth of Australia (2015). Australia's International Tourism Industry. Productivity Commission Research Paper. Commonwealth of Australia.

Darcy, S. (2006). Setting a research agenda for accessible tourism. CRC for Sustainable Tourism.

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](https://doi.org/10.1080/09669581003690668)

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](https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0323)

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.

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](https://doi.org/10.1080/09669580508668484)

Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N., and Cooper, C. (2008). Megatrends underpinning tourism to 2020: analysis of key drivers for change. CRC for Sustainable Tourism.

Faulkner, B. (2006). Rejuvenating a maturing tourist destination: the case of the Gold Coast. CRC for Sustainable Tourism.

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>

Harriott, V. J. (2002). Marine tourism impacts and their management on the Great Barrier Reef. CRC Reef Research Centre Technical Report N° 46. CRC Reef Research Centre: Townsville.

Jones, D. N., and Buckley, R. (2001). Birdwatching tourism in Australia. Wildlife tourism research report series N° 10. CRC for Sustainable Tourism.

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>

Lamers, M., Steins, N. A., and Bets, L. (2024). Combining polar cruise tourism and science practices. *Annals of Tourism Research*, 107, 103794. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103794>

MacKay, K. J., and Campbell, M. (2004). An examination of residents' support for hunting as a tourism product. *Tourism Management*, 25, 443-452. doi:10.1016/S0261-5177(03)00127-4

McKercher, B. (2015). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 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>

Ren, C., Jóhannesson, G. T., Ásgeirsson, M. H., Woodall, S., and Reigner, N. (2024). Rethinking connectivity in Arctic tourism development. *Annals of Tourism Research*, 105, 103705. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103705>

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

Schmitz, S., and Tsobgou, D. L. (2016). Developing tourism products and new partnerships through participatory action research in rural Cameroon. *Geographical Research*, 54(2), 143-152. DOI: [10.1111/1745-5871.12174](https://doi.org/10.1111/1745-5871.12174)

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](https://doi.org/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](https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1920002)

Tremblay, P. (2006). Desert Tourism Scoping Study, A report by Charles Darwin University, in conjunction with Curtin University for Desert Knowledge Cooperative Research Centre: Alice Springs.

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

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO): <https://www.unwto.org/>

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) and European Travel Commission (ETC) (2011). Handbook on Tourism Product Development. UNWTO: Madrid.

Vongvisitsin, T. B., Huang, W. J., and King, B. (2024). Urban community-based tourism development: A networked social capital model. *Annals of Tourism Research*, 106, 103759. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103759>

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

Xu, J. B. (2010). Perceptions of tourism products. *Tourism Management*, 31, 607-610. doi:10.1016/j.tourman.2009.06.011

Programari

No es requereix un programari específic per a aquesta assignatura.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Anglès	primer quadrimestre	mati-mixt

PROVISIONAL