

Titulació	Tipus	Curs
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

L'objectiu principal d'aquesta assignatura és el d'explorar la naturalesa i característiques dels productes turístics, els serveis, les experiències, així com les tendències de mercat, les expectatives de la demanda, i els agents involucrats en el desenvolupament de productes turístics. Analitzarem la importància de les prioritats polítiques que emergeixen dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), i la rellevància de la innovació i tecnologia per desenvolupar productes turístics amb èxit i sostenibles que millorin la satisfacció del client i tinguin un futur sostenible a llarg termini.

El curs té els següents objectius d'aprenentatge:

- Entendre els principis bàsics dels productes turístics.
- Diferenciar els productes en base a la seva naturalesa i característiques que faciliten el seu desenvolupament.
- Reconèixer la importància dels factors lligats a la sostenibilitat i la tecnologia en el desenvolupament de productes turístics.
- Analitzar els agents involucrats i la seva importància en el desenvolupament de productes turístics.
- Entendre els impactes que aquest productes generen actualment.
- Analitzar les implicacions tant a nivell econòmic, com social i medi ambiental, en el desenvolupament de productes turístics.

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 ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- 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 ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
5. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
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

Introducció a l'assignatura Productes Turístics

Tema 1: Naturalesa i característiques del producte turístic

Tema 2: Tipologia de productes turístics

Tema 3: La necessitat de conèixer (tendències del mercat i la demanda, oferta, agents involucrats (stakeholders), administracions públiques, associacions, etc.)

Tema 4: Prioritats transversals de la Unió Europea: Medi ambient i Igualtat de gènere, inclusió, diversitat i representativitat

Tema 5: Com aplicar els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de Nacions Unides al disseny de productes turístics?

Tema 6: Com s'estructuren els productes turístics i la seva posterior comercialització?

Tema 7: 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, 7, 8, 10, 11
Resolució de casos pràctics	11	0,44	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11
Tipus: Supervisades			
Tutories	2	0,08	6, 14
Tipus: Autònomes			
Estudi	60	2,4	1, 2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 14, 15, 18
Treballs	40	1,6	2, 3, 6, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 18

La metodologia de treball es basa en l'avaluació continua, combinant continguts teòrics, activitats pràctiques a classe, recerca i anàlisis, presentacions, i informes. L'assistència i participació a classe durant el semestre també serà avaluada. Així doncs, les classes seran en format seminari per promoure la participació activa dels estudiants. És important remarcar que el material teòric del curs és necessari per dur a terme les activitats d'avaluació. Nocions teòriques fonamentals i qüestions específiques seran debatudes a classe i aplicades a casos pràctics.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitat 1 (individual): Fitxa tècnica i portfoli de producte	20%	1,5	0,06	1, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13, 15, 16, 17
Activitats pràctiques a classe	20%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18

Assistència i participació	15%	0,5	0,02	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Avaluació final semestre	25%	0	0	1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 16, 17
Exercici 2 Presentació (grup): Productes turístics, oportunitats y reptes de futur	20%	1,5	0,06	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18

Avaluació continua

L'avaluació continua es compon per una avaluació (individual), dos activitats (individual i en grup), activitats pràctiques a classe, i l'assistència i participació a classe. Per aprovar l'avaluació continua, els estudiants han d'assolir un mínim de 3,5 sobre 10 en les activitats d'avaluació. Sinó, els estudiants hauran de fer l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Avaluació única

L'avaluació única es compon de tres activitats individuals a entregar durant el semestre, i l'avaluació final durant el període d'exàmens.

Titol	Pes
-------	-----

Assessment 1: Tourist destination factsheet	20%
--	-----

Assessment 2: Define the product portfolio of a destination	20%
---	-----

Assessment 2: Opportunities and challenges in developing a product for a destination	20%
---	-----

Avaluació final	40%
--------------------	-----

Avaluacions (avaluació final de semestre, avaluació final, i re-avaluació)

Les avaluacions inclouen el següent format en tres parts:

- Part 1: Quiz (15%)
- 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'Espeir 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://wtcc.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.

Grups i idiomes de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	2	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt