

## ***Guía docente de la asignatura “Productos Turísticos”***

### **1. IDENTIFICACIÓN**

---

- ✓ **Nombre de la asignatura:** Productos Turísticos
- ✓ **Código:** 101235
- ✓ **Titulación:** Grado de Turismo
- ✓ **Curs académico:** 2018-2019
- ✓ **Tipo de asignatura:** Optativa
- ✓ **Créditos ECTS (horas):** 6 (150)
- ✓ **Período de 'impartición:** 1er semestre, 4º curso
- ✓ **Idioma en que se imparte:** Castellano
- ✓ **Profesorado:** Lluís A. Garay
- ✓ **Correo electrónico:** LuisAlfonso.Garay@uab.cat

### **2. 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. La asignatura se inicia con la definición del Producto Turístico y cómo ha ido evolucionando este concepto a lo largo del tiempo, para pasar posteriormente a analizar su configuración en el seno de la empresa y qué papel puede jugar la administración pública en relación a su desarrollo. En todo caso, y teniendo en cuenta que muchos de estos conceptos se tienen que haber tratado con anterioridad a otras asignaturas, la asignatura se concentra especialmente al ver qué aspectos pueden afectar de manera más relevante a la configuración actual de los Productos Turísticos (entre otros TIC y RSC) y especialmente a analizar ejemplos prácticos y relevantes por parte de los estudiantes.

### **3. OBJETIVOS FORMATIVOS**

---

El alumno al finalizar el curso tendría que tener la capacidad de:

- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo

- Conocer como se ha desarrollado la idea de producto turístico, desde sus orígenes hasta la actualidad
- Comprender la conceptualización del producto turístico y las diferentes aproximaciones que existen al respecto
- Aplicar los conceptos relacionados con los productos y empresas turísticas.
  - Comprender como se configura un producto turístico en el seno de una empresa y saber aplicar los conocimientos a cualquier realidad de negocio.
  - Conocer las últimas novedades en cuanto a la innovación en producto en el sector turístico, a la vez que no se descuidan las innovaciones en proceso ni las organizativas. Aplicar estos conocimientos en el entorno empresarial
  - Saber aplicar los últimos conceptos en torno a la innovación en marketing del producto turístico
- Integrar conocimientos y habilidades para llevar a cabo el trabajo profesional y/o académico.
  - Conocer el amplio abanico de productos turísticos que se presentan actualmente en el seno del sector y dar a este conocimiento una vertiente práctica que se pueda aplicar a cualquier entorno profesional (empresa, consultoría, administración)
- Proponer, ante los inconvenientes, diferentes soluciones alternativas y creativas.
  - Tener constancia de las últimas innovaciones y propuestas alternativas en cuanto a la creación de productos turísticos, teniendo a la vez una visión de futuro en cuanto a la aparición de nuevas modalidades

#### **4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

##### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

CE1. Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.

##### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE1.7. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.

CE2. Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE2.6. Aplicar el derecho público y privado a los nuevos productos, actividades y otras formas de turismo.

CE10. Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE10.3. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.

CE11. Tener iniciativa y espíritu emprendedor para crear y gestionar empresas y productos del sector turístico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE11.4 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.

CE13. Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE13.8. Aplicar las diferentes herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.

CE14. Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE14.1. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.

CE16. Demostrar que se conoce el funcionamiento de la evolución de varios modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE16.3.Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES**

CT1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma

CT4. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.

CT5. 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.

CT6. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y a sabiendas de situarse en el lugar de los otros.

CT7. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.

CT8. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a diferentes contextos interculturales.

CT9. Demostrar un comportamiento responsable con el medio ambiente.

CT10. Trabajar en grupo

CT11. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.

CT12. Tener orientación de servicio al cliente.

CT13. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.

**5. TEMARIO Y CONTENIDOS**

---

**Bloque 1. Los antecedentes y los productos turísticos genéricos**

Tema 1: Antecedentes del turismo. El turismo religioso

Tema 2: Los turismos genéricos. El turismo de sol y playa

Tema 3: Los turismos genéricos. El turismo urbano

Tema 4. Los turismos genéricos. El turismo rural

**Bloque 2. Los productos turísticos especializados**

Tema 5: Productos turísticos motivados por recursos naturales

Tema 6: Productos turísticos motivados por recursos culturales

Tema 7: Productos turísticos motivados por actividades profesionales

Tema 8: Otros productos específicos

### **Bloque 3. Los productos turísticos en la era de la flexibilidad**

Tema 9: El papel de las TIC y las Redes Sociales. El Turismo Colaborativo

Tema 10: Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad

Tema 11: La innovación a la producción turística

Tema 12: El papel del Estado y de los consorcios

## **6. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA**

---

- 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.
- 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.
- Lew, A. (2008). Long Tail Tourism: New Geographies For Marketing Niche Tourism Products. *Journal of Travel & Tourism Marketing* (25, 3-4).
- 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
- Moreno, A. (2007). Historia del turismo en España en el siglo XX. Editorial Síntesis.
- Moreno, M. y Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial* (núm. 1, pág. 135-158)

- McKercher, B. (2015). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management* (vol. 54, págs 106-208).
- Planells, M. i Crespi, M. (2004). *Productos y destinos turísticos nacionales e Internacionales*. Editorial Síntesis.

## 7. METODOLOGÍA DOCENTE

---

La metodología docente que se utilizará se basará en la evaluación continuada y será una combinación entre las clases magistrales, los trabajos autónomos prácticos, la investigación en las redes y algunas visitas a entidades y acontecimientos relacionados con la temática de la asignatura.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipos: Dirigidas</b>			
Clases teóricas	24	0,96	CE1.7. , CE2.6., CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
Resolución casos prácticos	12	0,48	CE16.3.
Presentación pública de trabajos	6	0,24	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
<b>Tipos: Supervisadas</b>			
Tutorías	12	0,48	CT1,CT6
<b>Tipos: Autónomas</b>			
Resolución casos prácticos	24	0,96	CE16.3.
Elaboración de trabajos	24	0,96	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.
Estudio	48	1,92	CE1.7. , CE10.3., CE11.4., CE13.8., CE14.1., CE16.3.

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

La evaluación de esta asignatura consta del siguiente sistema:

Alrededor de los tres bloques que conforman la asignatura se realizarán un conjunto de actividades evaluativas que versarán sobre la materia expuesta en las clases. En concreto, se hará un examen parcial y un debate para cada bloque (por lo tanto, en total tres exámenes parciales y tres debates). Cada examen parcial contará un 30% de la nota final y cada debate contará un 3,3% de la nota final. Se deberán hacer los tres exámenes parciales y los tres debates para tener nota de evaluación continuada. Los exámenes y los debates se harán el mismo día.

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 continuada el estudiante tendrá que asistir a un mínimo de un 80% de las clases y presentarse a las tres 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 continuada o no haberla podido seguir por cualquier motivo. Así, la no entrega de una de las pruebas o el hecho de suspender la evaluación continuada no invalida la opción de hacer el examen final.

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Título	Pes	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen parcial 1	30 %	2	0,08	CE1.7, CE11.4, CE13.8, CE14.1, CE16.3
Examen parcial 2	30 %	2	0,08	CE1.7, CE2.6, CE10.3, CE11.4, CE13.8, CE14.1
Examen parcial 3	30 %	2	0,08	CE1.7, CE2.6, CE10.3, CE11.4, CE13.8, CE14.1
Debate 1	3,3 %	10	0,40	CE1.7, CE11.4, CE13.8, CE14.1, CE16.3
Debate 2	3,3 %	10	0,40	CE1.7, CE2.6, CE10.3, CE11.4, CE13.8, CE14.1
Debate 3	3,3 %	10	0,40	CE1.7, CE2.6, CE10.3, CE11.4, CE13.8, CE14.1

## 9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

---

SEMANA	TEMA	MÉTODO	HORAS
--------	------	--------	-------

1	Tema 1: Antecedentes del turismo. El turismo religioso	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
2	Tema 2: Los turismos genéricos. El turismo de sol y playa	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
3	Tema 3: Los turismos genéricos. El turismo urbano	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
4	Tema 4: Los turismos genéricos. El turismo rural	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
5	Primer examen parcial (Bloque 1)	Presentación pública de trabajos	2
6	Tema 5: Productos turísticos motivados por recursos naturales	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
7	Tema 6: Productos turísticos motivados por recursos culturales	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
8	Tema 7: Productos turísticos motivados por actividades profesionales	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
9	Tema 8: Otros Productos específicos	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
10	Segundo examen parcial (Bloque 2)	Presentación pública de trabajos	2
11	Tema 9: El papel de las TIC y las Redes	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
12	Tema 10: Responsabilidad Social y Sostenibilidad	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
13	Tema 11: La innovación a la producción turística	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
14	Tema 12: El papel del Estado y de los consorcios	Clase teórica	2
		Actividades Autónomas	8
15	Tercer examen parcial (Bloque 3)	Presentación pública de trabajos	2

## 10. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

---

El fomento de la emprendeduría y de la innovación se realizará a través de las reflexiones que los propios alumnos puedan hacer de las explicaciones del profesor. Estas irán dirigidas a hacer observar a los alumnos qué aspectos de la actividad turística son necesarios de mejorar y que ellos mismos adquieran un espíritu emprendedor. Una de las formas posibles de hacer esto será analizando cual es la realidad del sector turístico a través de artículos y trabajos que incidan sobre la situación presente del sector.