



Guía docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Planificación y gestión de destinos y nuevos productos turísticos gastronómicos y enológicos	Código	615488011	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Novos Produtos Turísticos (plan 2012)			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinador/a	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Web				
Descripción general	<p>Lograr la comprensión por parte del alumno del concepto de Gastronomía como elemento de identidad y recurso turístico principal, secundario o complementario de un destino turístico, vinculado a los recursos territoriales y a las tradiciones. Conocer la importancia, objetivos y factores a tener en cuenta en el análisis y diseño de los diferentes productos turísticos gastronómicos: rutas alimentarias, gastronómicas, vinícolas, jornadas gastronómicas,?</p> <p>La asignatura contará como material básico, con un PowerPoint ("Planificación y Gestión de destinos y nuevos productos turísticos gastronómicos y enológicos") y un vídeo explicativo del mismo ("Video Informativo Planificación y Gestión de destinos y nuevos productos turísticos gastronómicos y enológicos"); y como material complementario: material multimedia, libros/documentos de referencia, informes y artículos, foros de discusión presenciales y on line, ? y/o la realización de pequeños ejercicios teórico/prácticos. Se tendrá acceso a todo el material didáctico básico y complementario a través de la plataforma Moodle.</p> <p>El alumno deberá realizar un Ejercicio Final o Prueba Final con contenido teórico-práctico, de la cual se darán las indicaciones oportunas por correo electrónico o a través de la plataforma Moodle.</p>			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A2	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del turismo para el desarrollo integral de las sociedades receptoras
A6	Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
A7	Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
A8	Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A12	Utilizar las metodologías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
B1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
B2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
B6	Resolver problemas de forma efectiva.
B7	Comunicarse de manera efectiva en un entorno de trabajo.
B8	Trabajar de forma autónoma con iniciativa.
B11	Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.



C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Lograr la comprensión por parte del alumno del concepto de Gastronomía como elemento de identidad y recurso turístico principal, secundario o complementario de un destino turístico, vinculado a los recursos territoriales y a las tradiciones.	AM2 AM12	BM2 BM4 BM11	CM1
Identificar los factores a tener en cuenta en el análisis de los diferentes productos turísticos gastronómicos: rutas alimentarias, gastronómicas, vinícolas, jornadas gastronómicas,...	AM6 AM7 AM8	BM6 BM7 BM8	CM3 CM4 CM6 CM7 CM8
Identificar los objetivos y factores a tener en cuenta en el diseño de los diferentes productos turísticos gastronómicos.	AM6 AM7 AM8	BM1 BM6 BM7 BM8	CM3 CM4 CM6 CM7 CM8
Evaluar la demanda y el producto turístico gastronómico, así como las principales acciones y ayudas llevadas a cabo por las distintas Administraciones para la puesta en valor del recurso gastronomía	AM2 AM6 AM7	BM2 BM4 BM6 BM11	CM1 CM3 CM4 CM6 CM8

Contenidos	
Tema	Subtema
Tema 1.- Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas	1.1.- DOP, IGP y ETG 1.2.- El Vino y las Bebidas Espirituosas
Tema 2.- Producto Turístico. Turismo y Gastronomía	2.1.- Concepto 2.2.- Elementos 2.3.- La Gastronomía como motivación principal, secundaria o complementaria
Tema 3.- Productos de Calidad: Galicia	3.1.- Productos de Calidad: Galicia 3.2.- Rutas Gastronómicas: concepto, requisitos y diseño. Casos 3.3.- Ferias, Mercados y Fiestas Gastronómicas 3.4.- Turismo Enológico y otros 3.5.- Restauración 3.5.1.- Galicia 3.5.2.- Tipos de Oferta 3.5.3.- Eventos Gastronómicos
Tema 4.- Demanda Turístico-gastronómica y Papel de la Administración	4.1.- Demanda y Productos turístico-gastronómicos en Galicia 4.2.- Principales acciones que realizan las Administraciones 4.3.- Cualificación de los Recursos Humanos del Sector Gastronómico respecto al mercado turístico



Tema 5.- Últimas tendencias	5.1.- Saborea España 5.2.- Planes enogastronómicos 5.3.- Novedades
-----------------------------	--

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A6 A8 A12 A2 B4 C6 C7 C8	20	31	51
Discusión dirigida	A7 B6 B11 B2	4	6	10
Estudio de casos	A8 B7 B8 B1 B2 C3 C4	4	6	10
Prueba objetiva	A6 A8 A2 B6 B1 B2 B4 C1	0	2	2
Atención personalizada		2	0	2

(\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Exposición oral por parte del profesor de los aspectos fundamentales de la materia. Las exposiciones se complementarán con el uso de medios audiovisuales y la introducción de preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos, facilitar el aprendizaje y favorecer la interacción entre el profesor y los estudiantes.
Discusión dirigida	Técnica de dinámica de grupos, mediante la cual los estudiantes presenciales discuten de forma libre, informal y espontánea sobre un tema, pudiendo o no estar coordinados por el profesor. Los estudiantes on line, por su parte, gozarán de un espacio de discusión informal para tratar un tema o problema, a través de un contorno virtual de aprendizaje mediante herramientas de comunicación asincrónica (foro virtual)
Estudio de casos	Se realizarán estudios de casos con la finalidad de ir preparando la evaluación de los conocimientos que tienen los alumnos de la materia, a lo largo del curso.
Prueba objetiva	Al final de la impartición de la materia se celebrará una prueba escrita de contenido teórico-práctico, para valorar la correcta comprensión y aplicación de los contenidos de la misma por parte del alumno.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción



Discusión dirixida Estudio de casos	<p>Se conciben como horas de traballo presencial/Skype/teléfono con el profesor por parte del alumno, para el seguimiento y orientación de éste.</p> <p>Carlos Alberto Rivas    Horario de tutorías Universidade da Coruña    Lunes: 22-24 horas E.U. de Turismo    (previa cita con anterioridad Teléfono: 981 160276    por correo electrónico) E-mail: c.rivas@udc.es Skype: carlosalberto.rivasiglesias</p> <p>Eduardo Cordeiro Gonçalves E-mail: egoncalves@ismai.pt</p>
--	---

## Evaluación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Calificación
Prueba objetiva	A6 A8 A2 B6 B1 B2 B4 C1	La prueba escrita de contenido teórico-práctico consistirá en la resolución de ejercicios breves y/o respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y/o preguntas de desarrollo.	70
Discusión dirixida	A7 B6 B11 B2	Se valorará la participación y propuestas aportadas, tanto por los alumnos presenciales como por los alumnos on line (a través de foros virtuales).	30

## Observación evaluación



Durante el desarrollo de esta materia (desde el día lunes 29 de febrero al día viernes 11 de marzo del 2016, hasta las 23:55 horas) se darán las indicaciones oportunas por correo electrónico o a través de la plataforma Moodle, respecto a la evaluación.

Es importante tener en cuenta que la modalidad online tiene el mismo ritmo de trabajo/período de clases que los de la modalidad presencial.

- Para superar la materia en la 1ª oportunidad, hay 2 opciones:

a) Realización individual de un EJERCICIO FINAL (máximo 3 folios) que será colgado en la plataforma a partir del día 1 de marzo de 2016 a las 16:00 horas, y que deberá entregarse antes de las 23:55 hs. del día 8 de marzo.

Evaluación: Si se escoge esta modalidad, la máxima nota a obtener sería SEIS puntos, desglosada del siguiente modo:

- Sesión magistral: hasta 1 punto máximo (para los alumnos on line: por lectura del material, participación en los foros/debates on-line y/o realización de los ejercicios correspondientes, y para los alumnos presenciales: por su involucración en las sesiones)

- Ejercicio final: hasta 5 puntos máximo por la elaboración de este ejercicio, que deberá ser realizado presencialmente, o a través de la plataforma moodle.

b) Realización de una PRUEBA FINAL con contenido TEÓRICO-PRÁCTICO que consistirá fundamentalmente en la realización de un trabajo propuesto por el profesor de forma individual sobre alguno de los contenidos de la materia (Máximo 3 ó 4 folios).

Evaluación: Si se escoge esta modalidad, la máxima nota a obtener sería DIEZ puntos, desglosada del siguiente modo:

- Sesión magistral: 30% (para los alumnos on line: por lectura del material, participación en los foros/debates on-line y/o realización de los ejercicios correspondientes, y para los alumnos presenciales: por su involucración en las sesiones).

- Prueba final: 70% (con contenido teórico-práctico). Dicha prueba, deberá ser realizada presencialmente, o a través de la plataforma moodle entre las 16:00 hs. del día viernes 11 de marzo de 2016 y las 14:00 hs. del día domingo 13 de marzo de 2016. Para ello, el alumno dispondrá de un tiempo máximo de 3 horas, a contar desde el momento en que proceda a la apertura del enunciado de la Prueba.

El alumno sólo podrá realizar una de las dos alternativas anteriores.

Durante la última semana del mes de marzo de 2016 se facilitarán las calificaciones finales provisionales y una posible fecha de revisión/discusión de las mismas en la siguiente semana.

Para superar la prueba en la 2ª oportunidad, se deberá presentar un trabajo sobre un tema propuesto por el profesor. Oportunamente, y con la debida antelación, se facilitarán las fechas y toda la información necesaria para la realización y entrega del mismo. Las calificaciones finales provisionales y una posible



<b>Básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RIVAS IGLESIAS, C.A. (2015). Video Presentación Principal.</li> <li>- RIVAS IGLESIAS, C.A. (2015). Power Point Planificación y Gestión de destinos y nuevos productos turísticos gastronómicos y enológicos.</li> <li>- BARRERA, E. (2006). Las Rutas Alimentarias. Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola (Trazos de la formación); pp. 137-156. Mon</li> </ul>
<b>Complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BERNARD, A; DOMÍNGUEZ, P. (2003). Gastronomía: la herencia olvidada.. En Cuadernos de Patrimonio Cultural y turismo: Pensamiento acerca del patrimonio cultural, antología</li> <li>- DACHARY, C. (2003). Rutas, culturas y cotidianidad en el mundo rural. Seminario sobre T. rural y su contribución a la creación empleo y conservación del patrimonio. Asunc</li> <li>- DÍAZ ARMAS, R. J. (2008). Potencialidad e integración del ?turismo del vino? en un destino de sol y playa: el caso de Tenerife. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Número Especial. Turismo Gastronómico y Enoturismo.</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2007). Los Sectores de la Hostelería 2006. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2008). Los Sectores de la Hostelería 2007. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2009). Los Sectores de la Hostelería 2008. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2010). Los Sectores de la Hostelería 2009. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2011). Los Sectores de la Hostelería 2010. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2012). Los Sectores de la Hostelería 2011. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2013). Los Sectores de la Hostelería 2012. FEHR. Madrid</li> <li>- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2014). Los Sectores de la Hostelería 2013. FEHR. Madrid</li> <li>- FLAVIÁN BLANCO, C.; FANDOS HERRERA, C. (2011 ). Turismo Gastronómico: estrategias de Marketing y experiencias de éxito. Cuadernos de Turismo, nº 28, (2011); pp. 265-266. Universidad de Murcia</li> <li>- GARRIDO ARANDA, A. (comp.) (2001). Comer Cultura: Estudios de Cultura Alimentaria. Servicio de Publicaciones Universidad de Córdoba</li> <li>- GONÇALVES, E.; MADURO, A (2014). Complementarity and interaction of tourist services in an excellent wine tourism destination: the Douro Valley (Portugal). In Álvarez, P. (ed.), Wine Tourism. Berlin: Springer. (in progress)</li> <li>- GRANADOS CABEZAS, V. (coord.) (1999). La Calidad y el Municipio Turístico . Ed. Consejería de Turismo y Deportes, Junta de Andalucía, Sevilla</li> <li>- IGLESIAS TOBAR, J. R.; TALÓN, P.; GARCÍA-VIANA, R. (2007). Comercialización de Productos y Servicios Turísticos. Ed. Síntesis. Madrid</li> <li>- LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN, T. J.; SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. Mª (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas . PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Número Especial. Turismo Gastronómico y Enoturismo.</li> <li>- SALDAÑA LÓPEZ, T. (2005). Las mejores fiestas de Galicia. Editorial Everest. León</li> <li>- SANTOS SOLLÀ, J. M.; PAZOS OTÓN, M.; RAMIREZ, C. (2007). Galicia en el paladar. Alhena Media. Barcelona</li> <li>- VALLS, J.-F. (2004). Gestión de empresas de turismo y ocio. El arte de provocar la satisfacción . Gestión 2000, Barcelona</li> <li>- VICENTE ELÍAS, L. (2008). Paisaje del viñedo: patrimonio y recurso . PASOS.Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Número Especial. Turismo Gastronómico y Enoturismo</li> <li>- VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2000). El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid</li> </ul>

### Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios



(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías