



Guía Docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Planificación e xestión de destinos e novos produtos turísticos gastronómicos e enolóxicos	Código	615488011	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Novos Produtos Turísticos (plan 2012)			
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencia Política da Administración			
Coordinación	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Profesorado	Andrade Suarez, Maria Jose	Correo electrónico	maria.andrade@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>Lograr a comprensión por parte do alumno do concepto de Gastronomía como elemento de identidade e recurso turístico principal, secundario ou complementario dun destino turístico, vinculado aos recursos territoriais e ás tradicións. Coñecer a importancia, obxectivos e factores a ter en conta na análise e deseño dos diferentes produtos turísticos gastronómicos: rutas alimentarias, gastronómicas, vinícolas, xornadas gastronómicas,...</p> <p>A materia contará como material básico, cun PowerPoint ("Planificación e Xestión de destinos e novos produtos turísticos gastronómicos e enolóxicos") e un vídeo explicativo deste ("Video Informativo Planificación e Xestión de destinos e novos produtos turísticos gastronómicos e enolóxicos"); e como material complementario: material multimedia, libros/documentos de referencia, informes e artigos, foros de discusión presenciais e on line... e/ou a realización de pequenos exercicios teórico/prácticos. Terase acceso a todo o material didáctico básico e complementario a través da plataforma Moodle.</p> <p>O alumno deberá realizar un Exercicio Final ou Proba Final con contido teórico-práctico, da cal se darán as indicacións oportunas por correo electrónico ou a través da plataforma Moodle.</p>			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A2	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do turismo para o desenvolvemento integral das sociedades receptoras
A6	Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
A7	Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan ás innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
A8	Planificar novos destinos e produtos turísticos
A12	Utilizar as metodoloxías científicas axeitadas tanto cualitativas coma cuantitativas
B1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación.
B2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en ámbitos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións -e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades
B6	Resolver problemas de forma efectiva.
B7	Comunicarse de xeito efectivo nun ámbito de traballo.
B8	Traballar de forma autónoma con iniciativa.
B11	Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.



C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Lograr a comprensión por parte do alumno do concepto de Gastronomía como elemento de identidade e recurso turístico principal, secundario ou complementario dun destino turístico, vinculado aos recursos territoriais e ás tradicións.	AM2 AM12	BM2 BM4 BM11	CM1
Identificar os factores a ter en conta na análise dos diferentes produtos turísticos gastronómicos: rutas alimentarias, gastronómicas, vinícolas, xornadas gastronómicas,...	AM6 AM7 AM8	BM6 BM7 BM8	CM3 CM4 CM6 CM7 CM8
Identificar os obxectivos e factores a ter en conta no deseño dos diferentes produtos turísticos gastronómicos.	AM6 AM7 AM8	BM1 BM6 BM7 BM8	CM3 CM4 CM6 CM7 CM8
Avaliar a demanda e o produto turístico gastronómico, así como as principais accións e axudas levadas a cabo polas distintas Administracións para a posta en valor do recurso gastronomía	AM2 AM6 AM7	BM2 BM4 BM6 BM11	CM1 CM3 CM4 CM6 CM8

Contidos	
Temas	Subtemas
Tema 1.- Denominacións de Orixe e Indicacións Xeográficas Protexidas	1.1.- DOP, IGP e ETG 1.2.- O Viño e as Bebidas Espirituosas
Tema 2.- Produto Turístico. Turismo e Gastronomía	2.1.- Concepto 2.2.- Elementos 2.3.- A Gastronomía como motivación principal, secundaria ou complementaria
Tema 3.- Oferta Gastronómica	3.1.- Produtos de Calidade: Galicia 3.2.- Rutas Gastronómicas: concepto, requisitos e deseño. Casos 3.3.- Feiras, Mercados e Festas Gastronómicas 3.4.- Turismo Enolóxico e outros 3.5.- Restauración 3.5.1.- Galicia 3.5.2.- Tipos de Oferta 3.5.3.- Eventos Gastronómicos
Tema 4.- Demanda Turístico-gastronómica e Papel da Administración	4.1.- Demanda e Produtos turístico-gastronómicos en Galicia 4.2.- Principais accións que realizan as Administracións 4.3.- Cualificación dos Recursos Humanos do Sector Gastronómico respecto ao mercado turístico



Tema 5.- Últimas tendencias	5.1.- Saborea España 5.2.- Plans enogastronómicos 5.3.- Novidades
-----------------------------	---

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A6 A8 A12 A2 B4 C6 C7 C8	20	31	51
Discusión dirixida	A7 B6 B11 B2	4	6	10
Estudo de casos	A8 B7 B8 B1 B2 C3 C4	4	6	10
Proba obxectiva	A6 A8 A2 B6 B1 B2 B4 C1	0	2	2
Atención personalizada		2	0	2

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Exposición oral por parte do profesor dos aspectos fundamentais da materia. As exposicións complementarase co uso de medios audiovisuais e a introdución de preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos, facilitar a aprendizaxe e favorecer a interacción entre o profesor e os estudantes.
Discusión dirixida	Técnica de dinámica de grupos, mediante a cal os estudantes presenciais discuten de forma libre, informal e espontánea sobre un tema, podendo ou non estar coordinado polo profesor. Os estudantes on line, pola súa banda, dispoñerán dun espazo de discusión informal para tratar un tema ou problema, a través dun contorno virtual de aprendizaxe mediante ferramentas de comunicación asincrónica (foro virtual).
Estudo de casos	Realizaranse estudos de casos coa finalidade de ir preparando a avaliación dos coñecementos que teñen os alumnos da materia, ao longo do curso.
Proba obxectiva	Ao final da impartición da materia celebrarase unha proba escrita de contido teórico-práctico, para valorar a correcta comprensión e aplicación dos contidos da mesma por parte do alumno.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Discusión dirixida Estudo de casos	<p>Concíbense como horas de traballo presencial/Skype/teléfono co profesor por parte do alumno, para o seguimento e orientación deste.</p> <p>Carlos Alberto Rivas    Horario de titorías Universidade da Coruña    Luns: 22-24 horas E.U. de Turismo    (logo de cita con anterioridade 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>
---------------------------------------	--

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Proba obxectiva	A6 A8 A2 B6 B1 B2 B4 C1	A proba escrita de contido teórico-práctico consistirá na resolución de exercicios breves e/ou resposta a cuestións curtas e/ou de resposta múltiple e/ou preguntas de desenvolvemento.	70
Discusión dirixida	A7 B6 B11 B2	Valorarase a participación e propostas achegadas, tanto polos alumnos presenciais coma polos alumnos on line (a través de foros virtuais).	30

Observacións avaliación
-------------------------



Durante o desenvolvemento desta materia (dende o día luns 29 de febreiro ao día venres 11 de marzo do 2016, ata as 23:55 horas) daranse as indicacións oportunas por correo electrónico ou a través da plataforma Moodle, respecto á avaliación.

É importante ter en conta que a modalidade online ten o mesmo ritmo de traballo/período de clases que os da modalidade presencial.

- Para superar a materia na 1ª oportunidade, hai 2 opcións:

a) Realización individual dun EXERCICIO FINAL (máximo 3 folios) que será colgado na plataforma a partir do día 1 de marzo de 2016 ás 16:00 horas, e que deberá entregarse antes das 23:55 hs. do día 8 de marzo.

Avaliación: Se se escolle esta modalidade, a máxima nota a obter sería SEIS puntos, analizada do seguinte modo:

- Sesión maxistral: ata 1 punto máximo (para os alumnos on line: por lectura do material, participación nos foros/debates on-line e/ou realización dos exercicios correspondentes, e para os alumnos presenciais: pola súa involucración nas sesións)

- Exercicio final: ata 5 puntos máximo pola elaboración deste exercicio, que deberá ser realizado presencialmente, ou a través da plataforma moodle.

b) Realización dunha PROBA FINAL con contido TEÓRICO-PRÁCTICO que consistirá fundamentalmente na realización dun traballo proposto polo profesor de forma individual sobre algún dos contidos da materia (Máximo 3 ou 4 folios).

Avaliación: Se se escolle esta modalidade, a máxima nota a obter sería DEZ puntos, analizada do seguinte modo:

- Sesión maxistral: 30% (para os alumnos on line: por lectura do material, participación nos foros/debates on-line e/ou realización dos exercicios correspondentes, e para os alumnos presenciais: pola súa involucración nas sesións).

- Proba final: 70% (con contido teórico-práctico). A devandita proba, deberá ser realizada presencialmente, ou a través da plataforma moodle entre as 16:00 hs. do día venres 11 de marzo de 2016 e as 14:00 hs. do día domingo 13 de marzo de 2016. Para iso, o alumno dispoñerá dun tempo máximo de 3 horas, a contar dende o momento en que proceda á apertura do enunciado da Proba.

O alumno só poderá realizar unha das dúas alternativas anteriores.

Durante a última semana do mes de marzo de 2016 facilitaranse as cualificacións finais provisionais e unha posible data de revisión/discusión destas na seguinte semana.

Para superar a proba na 2ª oportunidade, deberase presentar un traballo sobre un tema proposto polo profesor. Oportunamente, e coa debida antelación, facilitaranse as datas e toda a información necesaria para a realización e entrega deste. As cualificacións finais provisionais e unha posible data de revisión/discusión destas facilitarase, como máximo, unha semana antes do peche de actas no mes de xullo (2ª oportunidade).



<b>Bibliografía 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>Bibliografía 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>

### Recomendacións

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

**Observacións**



(\*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías