



## Teaching Guide

Identifying Data					2016/17
<b>Subject (*)</b>	Planificación e xestión de destinos e produtos turísticos gastronómicos e enolóxicos		<b>Code</b>	615524016	
<b>Study programme</b>	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptors					
<b>Cycle</b>	<b>Period</b>	<b>Year</b>	<b>Type</b>	<b>Credits</b>	
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optativa	3	
<b>Language</b>	Spanish				
<b>Teaching method</b>	Face-to-face				
<b>Prerequisites</b>					
<b>Department</b>	Socioloxía e Ciencia Política da Administración				
<b>Coordinador</b>	Andrade Suarez, Maria Jose	<b>E-mail</b>	maria.andrade@udc.es		
<b>Lecturers</b>	Andrade Suarez, Maria Jose	<b>E-mail</b>	maria.andrade@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>General description</b>	<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,... 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. 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>				

## Study programme competences

Code	Study programme competences
A5	CE6 - Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A9	CE12 - Utilizar as metodoloxías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do turismo para o desenvolvemento integral das sociedades receptoras
A12	CE7 - Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan as innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
B1	CB6 - 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	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B4	CB9 - 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	CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma
B7	CG2 - 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
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B10	CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
B11	CG6 - Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida



B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de xeito afectiva nunha contorna de traballo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C6	CT6 - Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
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.	AR2 AC2	BC2 BC4 BC6	CC6
Identificar os factores a ter en conta na análise dos diferentes produtos turísticos gastronómicos: rutas alimentarias, gastronómicas, vinícolas, xornadas gastronómicas,...	AJ5 AJ6 AC3	BC7 BC8 BC10 BC11 BC12	CC1 CC2 CC3
Identificar os obxectivos e factores a ter en conta no deseño dos diferentes produtos turísticos gastronómicos.	AJ5 AJ6 AC3	BC1 BC7 BC8 BC10 BC11 BC12	CC1 CC2 CC3
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	AJ5 AC2 AC3	BC2 BC4 BC6 BC7 BC8 BC10 BC12	CC1 CC6

Contents	
Topic	Sub-topic
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 ou secundaria, e 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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A11 A5 A6 A9 B4 B10 B11 B12	20	31	51
Directed discussion	A12 B2 C6 C1	4	6	10
Case study	A6 B1 B2 B7 B8 C2 C3	4	6	10
Objective test	A11 A5 A6 B1 B2 B4 B6 C1	0	2	2
Personalized attention		2	0	2

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	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.
Directed discussion	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).
Case study	Realizaranse estudos de casos coa finalidade de ir preparando a avaliación dos coñecementos que teñen os alumnos da materia, ao longo do curso.
Objective test	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.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Directed discussion Case study	Concíbense como horas de traballo presencial/Skype/teléfono co profesor por parte do alumno, para o seguimento e orientación deste.  Carlos Alberto Rivas Universidade da Coruña E.U. de Turismo Teléfono: 981 160276 E-mail: c.rivas@udc.es Skype: carlosalberto.rivasiglesias  Horario de titorías Luns: 22-24 horas (logo de cita con anterioridade por correo electrónico)

Assessment
------------



Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Objective test	A11 A5 A6 B1 B2 B4 B6 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
Directed discussion	A12 B2 C6 C1	Valorarase a participación e propostas achegadas, tanto polos alumnos presenciais coma polos alumnos on line (a través de foros virtuais).	30

Assessment comments



Durante o desenvolvemento desta materia (dende o día luns 1 de marzo ao día xoves 16 de marzo do 2017, 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 2 de marzo de 2017 ás 16:00 horas, e que deberá entregarse antes das 23:55 hs. do día 13 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 xoves 16 de marzo de 2017 e as 14:00 hs. do día domingo 19 de marzo de 2017. 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 2017 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).



## Sources of information

<b>Basic</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.. Montevideo, OIT/Cinterfor</li> </ul>
<b>Complementary</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 de textos. (Vol. 3). Conaculta. Mexico</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.. Asunción. Paraguay</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. M<sup>a</sup> (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 SOLLA, 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. Vol. 6 Nº 2 págs. 137-158. . PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.</li> <li>- VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2008). El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción. . Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid</li> </ul>

## Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus



Other comments

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.