



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2018/19
Subject (*)	Planning and management of destinations and tourist gastronomic products and enologics		Code	615524016
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optional	3
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Andrade Suarez, Maria Jose		E-mail	maria.andrade@udc.es
Lecturers	Andrade Suarez, Maria Jose		E-mail	maria.andrade@udc.es
Web				
General description	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.			

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 - Traballar 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 C1 C6	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 tutorías 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 C1 C6	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

Basic	- RIVAS IGLESIAS, C.A. (2015). Video Presentación Principal. . - RIVAS IGLESIAS, C.A. (2015). Power Point Planificación y Gestión de destinos y nuevos productos turísticos gastronómicos y enológicos. . - 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
Complementary	- 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 - 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 - 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. - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2007). Los Sectores de la Hostelería 2006. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2008). Los Sectores de la Hostelería 2007. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2009). Los Sectores de la Hostelería 2008. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2010). Los Sectores de la Hostelería 2009. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2011). Los Sectores de la Hostelería 2010. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2012). Los Sectores de la Hostelería 2011. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2013). Los Sectores de la Hostelería 2012. . FEHR. Madrid - FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (2014). Los Sectores de la Hostelería 2013. . FEHR. Madrid - 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 - GARRIDO ARANDA, A. (comp.) (2001). Comer Cultura: Estudios de Cultura Alimentaria. . Servicio de Publicaciones Universidad de Córdoba - 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) - GRANADOS CABEZAS, V. (coord.) (1999). La Calidad y el Municipio Turístico. . Ed. Consejería de Turismo y Deportes, Junta de Andalucía, Sevilla - IGLESIAS TOBAR, J. R.; TALÓN, P.; GARCÍA-VIANA, R. (2007). Comercialización de Productos y Servicios Turísticos. . Ed. Síntesis. Madrid - LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN, T. J.; SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M^a (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas.. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Número Especial. Turismo Gastronómico y Enoturismo. - SALDAÑA LÓPEZ, T. (2005). Las mejores fiestas de Galicia. . Editorial Everest. León - SANTOS SOLLA, J. M.; PAZOS OTÓN, M.; RAMIREZ, C. (2007). Galicia en el paladar. . Alhena Media. Barcelona - VALLS, J.-F. (2004). Gestión de empresas de turismo y ocio. El arte de provocar la satisfacción. . Gestión 2000, Barcelona - VICENTE ELÍAS, L. (2008). Paisaje del viñedo: patrimonio y recurso. Vol. 6 Nº 2 págs. 137-158. . PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. - VOGELER RUIZ, C. y HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2008). El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción. . Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid

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.