



Guía docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Planificación y gestión de destinos y productos turísticos para grupos especiales	Código	615524019	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma				
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Gomis Rodriguez, Alfonso	Correo electrónico	alfonso.gomis@udc.es	
Profesorado	Gomis Rodriguez, Alfonso	Correo electrónico	alfonso.gomis@udc.es	
Web				
Descripción general	<p>El turismo sigue en crecimiento y en los últimos años se ha detectado una mayor fragmentación de los consumidores. De hecho, el futuro del turismo no se basa en un turismo de masas si no que se ha empezado a especializar en distintos grupos sociales.</p> <p>Por tanto, es muy importante que el planificador y/o gestor turístico sea conocedor de estos nuevos perfiles de la demanda con el fin de adaptar las estrategias turísticas a las necesidades actuales.</p> <p>Con este programa se pretende dar a conocer la diversidad del perfil de los turistas actuales, sus dinámicas y sus necesidades específicas puesto que suponen un auténtico reto para las políticas turísticas de los destinos y ofrecen importantes oportunidades tanto para los destinos como para las empresas turísticas.</p> <p>Así, la finalidad de esta asignatura es la de conocer las principales tendencias de la nueva demanda en el sector turístico para ser aplicadas a los campos de la gestión e investigación turística. Partiendo de este propósito, el desarrollo de las clases se estructura en torno a la realización de diferentes ejercicios prácticos en los cuales se plasmen los contenidos teóricos abordados.</p>			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptarlos a las nuevas exigencias de la demanda y al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras
A12	CE7 - Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
B2	CB7 - 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	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
B5	CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B7	CG2 - 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
B10	CG5 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa



C8	CT8 - Comunicar por escrito y oralmente los conocimientos procedentes del lenguaje científico
C9	CT9 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas

Resultados de aprendizaje				
Resultados de aprendizaje			Competencias / Resultados del título	
Conocer, aprender y analizar las nuevas tendencias de la demanda turística. Sus características y situación actual.			AP6	
			AP7	
			AM3	
				BM2
				BM4
				BM5
				BM7
				BM12
				BM10
				CM1
				CM4
				CM8
				CM9

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA 1. APROXIMACIÓN AL NUEVO TURISTA. ACTUALIDAD Y FUTURO	1.1. INTRODUCCIÓN 1.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL NUEVO TURISTA: EL TURISMO DE LAS EMOCIONES 1.3. TENDENCIAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA 1.3.1. MASCOTAS CON DUEÑO 1.3.2. TURISMO FAMILIAR Y FAMILIAS MONOPARENTALES 1.3.3. MUJERES QUE VIAJAN CON MUJERES 1.3.4. SINGLES 1.3.5. TURISMO HALAL
TEMA 2. EL TURISMO SENIOR COMO SEGMENTO EMERGENTE 2	2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE TURISMO SENIOR: DIFERENCIAS ENTRE EL TURISMO SENIOR Y LA MIGRACIÓN DE JUBILADOS 2.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO SENIOR 2.3. EL TURISMO DE LA TERCERA EDAD EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS: EL CASO DE LA COSTA DEL SOL
TEMA 3. EL TURISMO MELLENNIAL	3.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO MILLENNIAL 3.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA MILLENNIAL 3.3. CASOS DE ÉXITO
TEMA 4. TURISMO ACCESIBLE	4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO ACCESIBLE 4.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA CON DIVERSIDAD FUNCIONAL 4.3. CASO DE ÉXITO
TEMA 5. EL TURISMO LGTB	5.1 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO LGTB 5.2 APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO LGTB 5.3. CASOS DE ÉXITO

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Aprendizaje colaborativo	C4	0	15	15
Discusión dirigida	B4 B10 C1 C9	4	0	4



Lecturas	A7 B5 C8	0	10	10
Sesión magistral	A12 A6 C7	26	0	26
Trabajos tutelados	B2 B7 B9 B12 C6	0	15	15
Atención personalizada		5	0	5

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

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Aprendizaje colaborativo	Con esta metodología se pretende fomentar el trabajo en equipo para la resolución de problemas. Así, se llevarán a cabo ejercicios guiados de forma presencial y/o apoyados con tecnologías de la información y las comunicaciones. Para el desarrollo de los ejercicios se harán pequeños grupos en los que el alumnado trabajará conjuntamente para resolver el problema planteado lo que optimiza su propio aprendizaje y el de los otros miembros del grupo.
Discusión dirigida	Se llevarán a cabo dinámicas de grupos en las cuales el docente planteará un tema sobre el cual el alumnado podrá discutir de manera libre y espontánea. La discusión estará coordinada por un moderador.
Lecturas	El docente propondrá varias lecturas para que el alumnado lea y analice. Así, se fomenta el conocimiento sobre la materia y la formación del espíritu crítico.
Sesión magistral	Exposición oral, presencial y/o apoyada con tecnologías de la información y las comunicaciones con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje del alumnado.
Trabajos tutelados	Metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes, bajo la tutela del profesor y en escenarios variados (académicos y profesionales). Por tanto, este sistema de enseñanza se basa en dos elementos básicos: el aprendizaje independiente de los estudiantes y el seguimiento de ese aprendizaje por el profesor-tutor.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Para el correcto desarrollo de los trabajos tutelados el alumnado cuenta con 5 horas de atención personalizada. Así, tanto para el alumnado de la modalidad online como alumnado presencial se habilitarán "espacios virtuales" en la plataforma Moodle donde podrá realizar las consultas sobre el trabajo tutelado que tendrá que realizar. Por supuesto, también se podrán poner en contacto con el docente a través del correo electrónico y/o tutorías.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	B2 B7 B9 B12 C6	50% Trabajo sobre el análisis pormenorizado de un destino especializado en alguna de las tendencias turísticas comentadas en el programa de la asignatura. El alumnado presencial deberá de hacer este trabajo en grupos de un máximo de 3 personas, deberán de entregarlo a través de la plataforma online en formato PDF y con una extensión máxima de 15 páginas. El alumnado online podrá elegir si quiere hacerlo de manera individual o en grupos pero en ambos casos deberá de entregarlo a través de la plataforma online en formato PDF con una extensión máxima de 15 páginas. El documento deberá de llamarse siguiendo la siguiente propuesta: Destino y el primer apellido de los diferentes componentes del grupo. Ejemplo: Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf	50
Discusión dirigida	B4 B10 C1 C9	10% Participación en los foros propuestos en la plataforma virtual o en el aula.	10



Lecturas	A7 B5 C8	40% Lectura de dos documentos elegidos por el alumnado sobre una misma temática a partir de la propuesta previa realizada por el docente. Para la evaluación el alumnado deberá de entregar una recensión a través de la plataforma Moodle en formato PDF y con una extensión máxima de 6 páginas. El documento deberá de llamarse siguiendo la siguiente propuesta: Apellido_Nombre_Recensión.pdf	40
----------	----------	--	----

Observaciones evaluación

Fuentes de información

Básica	<p>BIBLIOGRAFÍA</p> <p>ABAD C. (2011). El turismo idiomático en España como potenciador cultural en ciudades patrimoniales: el caso de Salamanca y Alcalá de Henares. Cuadernos de turismo, (27), 701-723.</p> <p>ALCAIDE, J. (2005): «¿Dónde está el Marketing para mayores?», Marketing+Ventas, nº 205, septiembre, pp. 46-57.</p> <p>ALONSO, J.; GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. 5ªed. Madrid: ESIC.</p> <p>ÁLVAREZ, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch.</p> <p>ARMANDANS, I. (2002) Actividad de ocio-turístico y personas mayores: Análisis de diferencias psicosociales entre ?viajeros? y ?no viajeros?. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, España</p> <p>BALOGLU, S.; SOEMAKER, S. (2001): ?Prediction of Senior Travelers? Motorcoach Use from De-mographic, Psychological, and Psychographic Characteristics?, Journal of Travel Research, 40 (1), pp. 12-18.</p> <p>BATRA, A. (2009): ?Senior Pleasure Tourists: Examination of their Demography, Travel Ex-perience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis?, International Jour-nal of Hospitality & Tourism Administration, 10 (3), pp. 197-212.</p> <p>BORJA, L.; CASANOVAS, J.A.; BOSCH, A. (2002): El consumidor turístico. Madrid: ESIC.</p> <p>BUENO, M. y MEROÑO, M. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de Turismo, (39), 41-65.</p> <p>CABRERA ROLLÁN, M. (2014). El papel del marketing en el turismo LGBT: especial dedicación a los eventos.</p> <p>CHEN, C.; WU, C. (2009): ?How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors? Overseas Travel Propensity?, Asia Pacific Management Review, 14 (3), pp. 301- -312.</p> <p>CHEN, H.W. J. (2009): Baby Boomers ?and Seniors? Domestic Travel Motivations: An Examina-tion of Citizens in Tainan, Taiwan. (Master Thesis). University of Waterloo.</p> <p>COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. & WANHILL, S. (2007) ?El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, Madrid</p> <p>GARCÍA ORTEGA, MARTHA; MARÍN POOT, HÉCTOR MANUEL (2014). ?Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano?. Culturales Época II 2 (1): 71-94.</p> <p>HOSTELTUR (2013). Reportaje ?Millennials, el target de moda del turismo?. https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_-_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdf</p> <p>HOYO, M. y VALIENTE C. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. Cuadernos de Turismo, (25), 25-44.</p> <p>MONER KORFLÜR, CARYN; ROYO VELA, MARCELO; RUIZ MOLINA, M. EUGENIA (2007). ?Oferta y demanda en el mercado turístico homosexual: una propuesta de estrategias de intercambio para la mejora del marketing en el segmento?. Cuadernos de Turismo 20: 171-197</p> <p>OTERO, A. y GONZÁLEZ M. (2015). Turismo LGTB. Unha aproximación ao caso de Galicia. Revista Galega de Economía, 23(1).</p> <p>González, P. y De la Orden M. (2015). Primer estudio académico sobre Turismo Halal en España. In Didáctica actual para enseñanza superior (pp. 479-492). ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana).</p> <p>Quiroga, M. (2014). Desarrollo local Halal. El turismo halal como emprendimiento innovador. In SERMED 2014 Conference Papers (No. p28). Instituto Universitario de Análisis Económico y Social.</p>
Complementaria	

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