



## Teaching Guide

Identifying Data					2018/19
<b>Subject (*)</b>	Planning and management of destinations and tourist for special groups	<b>Code</b>	615524019		
<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	Optional	3	
<b>Language</b>					
<b>Teaching method</b>	Face-to-face				
<b>Prerequisites</b>					
<b>Department</b>	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinador</b>	Gomis Rodriguez, Alfonso	<b>E-mail</b>	alfonso.gomis@udc.es		
<b>Lecturers</b>	Gomis Rodriguez, Alfonso	<b>E-mail</b>	alfonso.gomis@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>General description</b>					

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptalos ás novas esixencias da demanda e ao desenvolvemento sustentable das comunidades receptoras
A12	CE7 - Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan as innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas 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
B5	CB10 - Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigido ou autónomo.
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
B10	CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
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
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C8	CT8 - Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica
C9	CT9 - Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razonamiento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas

## Learning outcomes

Learning outcomes		Study programme competences / results	
		AJ6	
		AJ7	
		AC3	



		BC2	CC1
		BC4	CC4
		BC5	CC8
		BC7	CC9
		BC12	
		BC10	

Contents	
Topic	Sub-topic

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Collaborative learning	C4	0	15	15
Directed discussion	B4 B10 C1 C9	4	0	4
Workbook	A7 B5 C8	0	10	10
Guest lecture / keynote speech	A12 A6 C7	26	0	26
Supervised projects	B2 B7 B9 B12 C6	0	15	15
Personalized attention		5	0	5

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

Methodologies	
Methodologies	Description
Collaborative learning	
Directed discussion	
Workbook	
Guest lecture / keynote speech	
Supervised projects	

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification



Supervised projects	B2 B7 B9 B12 C6	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 grupo 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: Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf	50
Directed discussion	B4 B10 C1 C9	Participación en los foros propuestos en la plataforma virtual o en el aula.	10
Workbook	A7 B5 C8	Lectura de dos documentos elegidos por el alumnado (misma temática) a partir de la propuesta previa realizada por el docente y que se puede consultar en la plataforma Moodle. 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.	40

#### Assessment comments

#### Sources of information



<p><b>Basic</b></p>	<p>BIBLIOGRAFÍA            AABAD 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.            ALCAIDE, J. (2005): «¿Dónde está el Marketing para mayores?», Marketing+Ventas, nº 205, septiembre, pp. 46-57.            ALONSO, J.; GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. 5ªed. Madrid: ESIC.            ÁLVAREZ, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch.            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            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.            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 &amp; Tourism Administration, 10 (3), pp. 197-212.            BORJA, L.; CASANOVAS, J.A.; BOSCH, A. (2002): El consumidor turístico. Madrid: ESIC.            BUENO, M. y MEROÑO, M. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de Turismo, (39), 41-65.            CABRERA ROLLÁN, M. (2014). El papel del marketing en el turismo LGBT: especial dedicación a los eventos.            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.            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.            COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. &amp; WANHILL, S. (2007) ¿El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, Madrid            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.            HOSTELTUR (2013). Reportaje ¿Millennials, el target de moda del turismo?.  <a href="https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_-_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdf">https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_-_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdf</a>            HOYO, M. y VALIENTE C. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. Cuadernos de Turismo, (25), 25-44.            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            OTERO, A. y GONZÁLEZ M. (2015). Turismo LGTB. Unha aproximación ao caso de Galicia. Revista Galega de Economía, 23(1).            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).            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>
<p><b>Complementary</b></p>	

**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.