



| Guía Docente          |  |                    |   |           |
|-----------------------|--|--------------------|---|-----------|
| Datos Identificativos |  |                    |   | 2019/20   |
| Asignatura (*)        | Planificación e xestión de destinos e produtos turísticos para grupos especiais  |                    | Código                                      | 615524019 |
| Titulación            | Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)   |                    |   |           |
| Descriptores          |  |                    |   |           |
| Ciclo                 | Período  | Curso              | Tipo  | Créditos  |
| Mestrado Oficial      | 2º cuatrimestre  | Primeiro           | Optativa                                    | 3         |
| Idioma                |  |                    |   |           |
| Modalidade docente    | Presencial   |                    |   |           |
| Prerrequisitos        |  |                    |   |           |
| Departamento          | Socioloxía e Ciencias da Comunicación  |                    |   |           |
| Coordinación          | Gomis Rodriguez, Alfonso   | Correo electrónico | alfonso.gomis@udc.es                        |           |
| Profesorado           | Caamaño Franco, Iria<br>Gomis Rodriguez, Alfonso   | Correo electrónico | iria.caamano@udc.es<br>alfonso.gomis@udc.es |           |
| Web                   |  |                    |   |           |
| Descripción xeral     | <p>O turismo segue en crecemento e nos últimos anos detectouse unha maior fragmentación dos consumidores. De feito, o futuro do turismo non se basa nun turismo de masas e xa se comezou a traballar na especialización en distintos grupos sociais. Por tanto, é moi importante que o planificador e/ou xestor turístico sexa coñecedor destes novos perfís da demanda co fin de adaptar as estratexias turísticas ás necesidades actuais.</p> <p>Con este programa preténdese dar a coñecer a diversidade do perfil dos turistas actuais, as súas dinámicas e as súas necesidades específicas posto que supoñen un auténtico reto para as políticas turísticas dos destinos e ofrecen importantes oportunidades tanto para os destinos como para as empresas turísticas.</p> <p>Así, a finalidade desta asignatura é a de coñecer as principais tendencias da nova demanda no sector turístico para ser aplicadas aos campos da xestión e investigación turística. Partindo deste propósito, o desenvolvemento das clases se estructura en torno á realización de diferentes exercicios prácticos nos cales se plasmen os contidos teóricos abordados.</p> |                    |   |           |

| Competencias do título |  |
|------------------------|--|
| Código                 | Competencias do título   |
| A1                     | CE1 - Que os estudiantes coñezan os principios da planificación e a xestión sustentable  |
| A6                     | CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos  |
| A8                     | CE11 - Saber definir proxectos de investigación innovadores que repercutan positivamente no sector   |
| 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  |
| 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 |
| B9                     | CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras  |
| B10                    | CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrentarse   |
| 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 desenvolvimientono avance socioeconómico e cultural da sociedade   |
| C1                     | CT1 - Resolver problemas de forma efectiva   |
| C4                     | CT4 - Traballar de forma colaborativa  |
| C5                     | CT5 - Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional  |
| C6                     | CT6 - Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico  |
| C7                     | CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidad para adaptarse a novas situacion   |



| Resultados da aprendizaxe   |  |                          |                                  |
|---|--|--------------------------|----------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe   |  |                          | Competencias do título           |
| Coñecer, aprender e analizar as novas tendencias da demanda turística. As súas características e situación actual.  |  | AM2<br>AM3               | BM1<br>BM8<br>BM12               |
| Comprender a importancia das tendencias turísticas e cambios nas motivacións turísticas como ferramenta de desenvolvemento integral das sociedades receptoras |  | AP1<br>AM2               | BM9<br>CM1<br>BM10<br>CM4<br>CM7 |
| Desenvolver unha planificación e unha xestión dos destinos así como a creación dos produtos turísticos en base aos novos gustos e preferencias da demanda     |  | AP1<br>AP6<br>AI1<br>AM2 | BM11<br>CM6                      |

| Contidos   |  |
|--|--|
| Temas  | Subtemas   |
| 1. APROXIMACIÓN AO NOVO TURISTA. ACTUALIDADE E FUTUR | 1.1. INTRODUCCIÓN<br>1.2. APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DO NOVO TURISTA: O TURISMO DAS EMOCIÓNNS<br>1.3. TENDENCIAS DA DEMANDA TURÍSTICA<br>1.3.1. MASCOTAS CON DUEÑO<br>1.3.2. TURISMO FAMILIAR E FAMILIAS MONOPARENTAIS<br>1.3.3. MULLERES QUE VIAXAN CON MULLERES<br>1.3.4. SINGLES<br>1.3.5. TURISMO HALAL |
| TEMA 2. O TURISMO SENIOR COMO SEGMENTO EMERXENTE     | 2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DO TURISMO SENIOR<br>2.2. APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DEO TURISMO SENIOR<br>2.3. O TURISMO DA TERCEIRA IDADE NOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS   |
| TEMA 3. O TURISMO MILLENNIAL                         | 3.1. CONCEPTUALIZACIÓN DO TURISMO MILLENNIAL<br>3.2. APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DO TURISTA MILLENNIAL<br>3.3. CASOS DE ÉXITO  |
| TEMA 4. TURISMO ACCESIBLE                            | 4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DO TURISMO ACCESIBLE<br>4.2. APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DO TURISTA CON DIVERSIDADE FUNCIONAL<br>4.3. CASO DE ÉXITO   |
| TEMA 5. TURISMO LGTBI                                | 5.1 CONCEPTUALIZACIÓN DO TURISMO LGTBI<br>5.2 APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DOTURISMO LGTB<br>5.3. CASOS DE ÉXITO  |

| Planificación          |                           |                   |   |              |
|------------------------|---------------------------|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas  | Competencias              | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Lecturas               | A8 B1 B11                 | 4                 | 10  | 14           |
| Sesión maxistral       | A12 A6 B8 B10 C5<br>C7    | 26                | 0   | 26           |
| Traballos tutelados    | A1 A11 B9 B12 C1<br>C4 C6 | 15                | 15  | 30           |
| Atención personalizada |                           | 5                 | 0   | 5            |



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

| Metodoloxías        |  |
|---------------------|--|
| Metodoloxías        | Descripción  |
| Lecturas            | O docente propón varias lecturas para que o alumnado lea e analice. Así, fomentase o coñecemento sobre a materia e a formación do espírito crítico.  |
| Sesión maxistral    | Exposición oral, presencial e/ou apoiada con tecnoloxías da información e as comunicacións coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar o aprendizaxe do alumnado. Para o alumnado online trátase de diverso material teórico/práctico sobre os contidos da materia a disposición dos estudiantes para a súa lectura; así como a discusión de temas de interese actual relacionados co temario mediante foros/debates on-line e/ou a realización de pequenos exercicios/probas de coñecemento teórico/prácticos, ...  |
| Traballos tutelados | Metodoloxía deseñada para promover o aprendizaxe autónomo dos estudiantes, baixo a tutela do docente e en escenarios variados (académicos e profesionais). Por tanto, este sistema de ensinanza se basa en dous elementos básicos: o aprendizaxe independiente dos estudiantes e o seguimento dese aprendizaxe polo docente.<br>O traballo realizarase en grupo. Con esta metodoloxía preténdese fomentar o traballo en equipo para a resolución de problemas. Así, levaranse a cabo exercicios guiados de maneira presencial e/ou apoiados con tecnoloxías da información e comunicacións. Para o desenvolvemento dos exercicios faranse pequenos grupos nos que o alumnado traballará convxuntamente para resolver o problema planteado o que optimiza o seu propio aprendizaxe e o dos outros membros do grupo. |

| Atención personalizada |   |
|------------------------|---|
| Metodoloxías           | Descripción   |
| Traballos tutelados    | Estou a disposición dos estudiantes para tutorías presenciais/online cando consideren oportuno<br><br>Durante o curso académico, prestarase atención personalizada e continua a todos os estudiantes matriculados nesta materia, tanto para responder preguntas sobre as clases presenciais /on-line como para abordar temas relacionados co traballo.<br><br>Horario e datos de contacto para as tutorías:<br><br>Iria Caamaño Franco<br>E-mail: iria.caamano@udc.es<br>Luns: 15:00-17:00<br>Mércores: 15:00-17:00<br><br>Tutorías Skype:<br>Usuario: master.turismo |

| Avaliación   |              |             |               |
|--------------|--------------|-------------|---------------|
| Metodoloxías | Competencias | Descripción | Cualificación |



|                     |                           |   |    |
|---------------------|---------------------------|---|----|
| Traballos tutelados | A1 A11 B9 B12 C1<br>C4 C6 | Traballo sobre unha análise pormenorizada dun destino especializado nalgunha das tendencias turísticas comentadas no programa da materia.<br><br>O alumnado da Modalidade Presencial e da Modalidade Online deberá de facer este traballo en grupos dun máximo de 3 persoas, deberán de entregalo a través da plataforma online en formato PDF e cunha extensión máxima de 15 páginas.<br><br>O documento deberá de chamarse seguindo a seguinte proposta: Nome do destino e o primeiro apellido dos diferentes compoñentes do grupo:<br>Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf | 50 |
| Lecturas            | A8 B1 B11                 | Lectura de dous documentos elixidos polo alumnado (misma temática) a partir da proposta previa realizada polo docente e que se pode consultar na plataforma Moodle. Para a avaliación o estudiante deberá de entregar unha recensión a través da plataforma Moodle en formato PDF e cunha extensión máxima de 6 páxinas. O documento deberá de chamarse seguindo a seguinte proposta:<br>Apellido_Nome_Recensión.pdf. Este exercicio é común para o alumnado da modalidade online e da modalidade presencial.   | 40 |
| Sesión maxistral    | A12 A6 B8 B10 C5<br>C7    | Asistencia e participación obligatoria que se valorarán tendo en conta a implicación dos estudiantes en sesións presenciais (modalidade presencial) ou participación activa e razoada en foros / debates, tarefas colaborativas, tutorías virtuais, ... (modo on-line).   | 10 |

**Observacións avaliación**

É necesario superar, ao menos cun 5, tanto o ejercicio das lecturas como o traballo tutelado.

**Fontes de información**



|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Bibliografía básica         | BIBLIOGRAFÍA<br>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.<br>ALCAIDE, J. (2005): ¿Dónde está el Marketing para mayores?, Marketing+Ventas, 205: 46-57.<br>ALONSO, J.; GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. Madrid: ESIC.<br>ÁLVAREZ, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch.<br>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<br>BALOGLU, S.; SOEMAKER, S. (2001): Prediction of Senior Travelers? Motorcoach Use from Demographic, Psychological, and Psychographic Characteristics, Journal of Travel Research, 40 (1): 12-18.<br>BATRA, A. (2009): Senior Pleasure Tourists: Examination of their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis?, International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 10 (3): 197-212.<br>BORJA, L.; CASANOVAS, J.A.; BOSCH, A. (2002): El consumidor turístico. Madrid: ESIC.<br>BUENO, M. y MEROÑO, M. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de Turismo, (39): 41-65.<br>CABRERA ROLLÁN, M. (2014). El papel del marketing en el turismo LGBT: especial dedicación a los eventos.<br>CHEN, C.; WU, C. (2009): ?How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors? Overseas Travel Propensity?, Asia Pacific Management Review, 14 (3): 301- -312.<br>CHEN, H.W. J. (2009): Baby Boomers ?and Seniors? Domestic Travel Motivations: An Examination of Citizens in Tainan, Taiwan. (Master Thesis). University of Waterloo.<br>COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. & WANHILL, S. (2007): ?El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, Madrid<br>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.<br>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><br>HOYO, M. y VALIENTE C. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. Cuadernos de Turismo, (25): 25-44.<br>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.<br>OTERO, A. y GONZÁLEZ M. (2015). Turismo LGTB. Unha aproximación ao caso de Galicia. Revista Galega de Economía, 23(1).<br>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).<br>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. |
| Bibliografía complementaria |  |

|   |
|---|
| Recomendación                                     |
| Materias que se recomienda cursar previamente     |
| Materias que se recomienda cursar simultaneamente |
| Materias que continúan o temario                  |
| Observación                                       |

(\*)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