



Teaching Guide

Identifying Data					2019/20
Subject (*)	Planning and management of destinations and tourist for special groups	Code	615524019		
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					
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador	Gomis Rodriguez, Alfonso	E-mail	alfonso.gomis@udc.es		
Lecturers	Caamaño Franco, Iria Gomis Rodriguez, Alfonso	E-mail	iria.caamano@udc.es alfonso.gomis@udc.es		
Web					
General description	<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 estrutura en torno á realización de diferentes exercicios prácticos nos cales se plasmen os contidos teóricos abordados.</p>				

Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
A1	CE1 - Que os estudantes 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 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
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 versatilidade para adaptarse a novas situacións



Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences / results		
Coñecer, aprender e analizar as novas tendencias da demanda turística. As súas características e situación actual.	AC2 AC3	BC1 BC8 BC12	CC5
Comprender a importancia das tendencias turísticas e cambios nas motivacións turísticas como ferramenta de desenvolvemento integral das sociedades receptoras	AJ1 AC2	BC9 BC10	CC1 CC4 CC7
Desenvolver unha planificación e unha xestión dos destinos así como a creación dos produtos turísticos en base aos novos gustos e preferencias da demanda	AJ1 AJ6 AR1 AC2	BC11	CC6

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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Workbook	A8 B1 B11	4	10	14
Guest lecture / keynote speech	A12 A6 B8 B10 C5 C7	26	0	26
Supervised projects	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	15	15	30
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
Workbook	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.
Guest lecture / keynote speech	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 estudantes 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, ...
Supervised projects	Metodoloxía deseñada para promover o aprendizaxe autónomo dos estudantes, 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 independente dos estudantes e o seguimento dese aprendizaxe polo docente. 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 conxuntamente para resolver o problema planteado o que optimiza o seu propio aprendizaxe e o dos outros membros do grupo.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	Estou a disposición dos estudantes para tutorías presenciais/online cando consideren oportuno Durante o curso académico, prestarase atención personalizada e continua a todos os estudantes matriculados nesta materia, tanto para responder preguntas sobre as clases presenciais /on-ine como para abordar temas relacionados co traballo. Horario e datos de contacto para as titorías: Iria Caamaño Franco E-mail: iria.caamano@udc.es Luns: 15:00-17:00 Mércores: 15:00-17:00 Tutorías Skype: Usuario: master.turismo

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification



Supervised projects	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	<p>Traballo sobre unha análise pormenorizada dun destino especializado nalgunha das tendencias turísticas comentadas no programa da materia.</p> <p>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 páxinas.</p> <p>O documento deberá de chamarse seguindo a seguinte proposta: Nome do destino e o primeiro apelido dos diferentes compoñentes do grupo: Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf</p>	50
Workbook	A8 B1 B11	<p>Lectura de dous documentos elexidos polo alumnado (misma temática) a partir da proposta previa realizada polo docente e que se pode consultar na plataforma Moodle. Para a avaliación o estudante 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: Apellido_Nome_Recensión.pdf. Este exercicio é común para o alumnado da modalidade online e da modalidade presencial.</p>	40
Guest lecture / keynote speech	A12 A6 B8 B10 C5 C7	<p>Asistencia e participación obrigatoria que se valorarán tendo en conta a implicación dos estudantes en sesións presenciais (modalidade presencial) ou participación activa e razoada en foros / debates, tarefas colaborativas, titorías virtuais, ... (modo on-line).</p>	10

Assessment comments

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

Sources of information



<p>Basic</p>	<p>BIBLIOGRAFÍA</p> <p>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.</p> <p>ALCAIDE, J. (2005): ¿Dónde está el Marketing para mayores?, Marketing+Ventas, 205: 46-57.</p> <p>ALONSO, J.; GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. 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): 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): 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. CHEN, C.; WU, C. (2009): ¿How Motivations, Constraints, and Demographic Factors Predict Seniors? Overseas Travel Propensity?, Asia Pacific Management Review, 14 (3): 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>
<p>Complementary</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.