



## Guía Docente

Datos Identificativos					2020/21
Asignatura (*)	Planificación e xestión de destinos e produtos turísticos para grupos especiais			Código	615524019
Titulación					
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3	
Idioma					
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinación	Caamaño Franco, Iria	Correo electrónico	iria.caamano@udc.es		
Profesorado	Caamaño Franco, Iria	Correo electrónico	iria.caamano@udc.es		
Web					
Descrición 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 estrutura en torno á realización de diferentes exercicios prácticos nos cales se plasmen os contidos teóricos abordados.</p>				



<b>Plan de continxencia</b>	<p>No suposto caso de que haxa que dar continuidade á actividade académica a través da non presencialidade habilitaranse os contidos e sesións previstas a través das plataformas do Campus Virtual da UDC de acordo ás condicións que as posibles Resolucións Rectorais establezcan en cada caso.</p> <p>1. Modificacións nos contidos ? Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se mateñen ? Sesión maxistral ? Traballos tutelados (con Atención personalizada) (computa na avaliación) ? Atención personalizada</p> <p>*Metodoloxías docentes que se modifican ? Non se realizarán cambios</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dudas e facer o seguimento dos traballos tutelados. ? Moodle: Diariamente. Segundo a necesidade do alumnado. Dispoñen de "foros temáticos asociados aos módulos" da materia, para formular as consultas necesarias. ? Teams: en gran grupo para o avance dos contidos teóricos e dos traballos tutelados na franxa horaria que teñen asignada a materia. Tamén se utilizará esta ferramenta para as tutorías individualizadas.</p> <p>4. Modificacións na avaliación ? Non se realizarán cambios</p> <p>*Observacións da avaliación: - A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios.</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía - Non se realizarán cambios. Dispoñen de todos os materiais do traballo de maneira dixitalizada en Moodle.</p>
-----------------------------	---

Competencias do título	
Código	Competencias do título

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 AM3	BM1 BM8 BM12	CM5
Comprender a importancia das tendencias turísticas e cambios nas motivacións turísticas como ferramenta de desenvolvemento integral das sociedades receptoras	AP1 AM2	BM9 BM10	CM1 CM4 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 AP6 AI1 AM2	BM11	CM6



Contidos	
Temas	Subtemas
1. APROXIMACIÓN AO NOVO TURISTA. ACTUALIDADE E FUTUR	1.1. INTRODUCCIÓN: OS NOVOS ESTILOS DE VIA NA POSMODERNIDADE 1.2. APROXIMACIÓN AO COMPORTAMENTO DO NOVO TURISTA: O TURISMO DAS EMOCIÓNS 1.3. IDENTIFICACIÓN DOS GRUPOS COAS NOVAS FORMAS DE VIDA E AS SÚAS CARACTERÍSTICAS 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

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Lecturas	A8 B1 B11	5	12	17
Sesión maxistral	A12 A6 B8 B10 C7 C5	21	0	21
Traballos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	15	17	32
Atención personalizada		5	0	5

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Lecturas	O docente propón varias lecturas para que o alumnado lea e analice. Tanto o alumnado online como presencial disporá dos materiais no Moodle da materia. O obxectivo da actividade e ampliar o coñecemento sobre a materia e a formación do espírito crítico.
Sesión maxistral	Para o alumnado presencial trátase dunha exposición oral, presencial e/ou apoiada coas tecnoloxías coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe do alumnado. Para o alumnado online facilitarase diverso material teórico/práctico sobre os contidos da materia que terán a súa disposición no Moodle. Ademáis, plantexaranse diversos temas de interese actual relacionados coa materia para ampliar o coñecemento do alumnado e promover o debate. Para o alumnado presencial introduciranse os temas durante as clases maxistras e para o alumnado online abranse uns foros específicos no Moodle da materia.



Traballos tutelados	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 alumnado presencial realizará o traballo en grupo e o alumnado online poderá realizalo en grupo ou de maneira individual. Con esta metodoloxía tamén se pretende fomentar o traballo en equipo para a resolución de problemas.
---------------------	---

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	As clases veranse complementadas coa posibilidade para o estudante de acudir a titorías fora da aula onde o docente procederá a tratar de maneira individual e personalizada as posibles dudas que poidan xurdir da materia. Trátase dunha participación que se poderá realizar na aula ou vía TEAMS.  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

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	Traballo sobre unha análise pormenorizada dun destino especializado nalgunha das tendencias turísticas comentadas no programa da materia. 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.  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	50
Lecturas	A8 B1 B11	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.	40
Sesión maxistral	A12 A6 B8 B10 C7 C5	Plantexaranse diversos temas de interese actual relacionados coa materia para ampliar o coñecemento do alumnado e promover o debate. Para o alumnado presencial introduciranse os temas durante as clases maxistras e para o alumnado online abriranse uns foros específicos no Moodle da materia.	10

## Observacións avaliación

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

## Fontes de información



<b>Bibliografía básica</b>	<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, 205: 46-57. ALONSO, J.; GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing. Madrid: ESIC. ÁLVAREZ, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Barcelona: Bosch. 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. BATRA, A. (2009): Senior Pleasure Tourists: Examination of their Demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis?, International Journal of Hospitality &amp; Tourism Administration, 10 (3): 197-212. BELTRAN-BUENO, M.A.; PARRA-MEROÑO, M.C. (2017): Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. Cuadernos de turismo, 39, 41-65. 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): 301- -312. CHEN, H.W. J. (2009): Baby Boomers ?and Seniors? Domestic Travel Motivations: An Examination of Citizens in Tainan, Taiwan. (Master Thesis). University of Waterloo. CLEMENTE SOLER, J.A. ET AL., (2019): Conocimiento y percepción del gerente hacia el turismo accesible en la región de Murcia. Gran Tour, 20, 109-126. COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. &amp; WANHILL, S. (2007): ?El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, Madrid. DAMAZIO, A.G., GALLARDO, L.R. (2009): Evaluación de la accesibilidad para personas con discapacidad en los servicios turísticos de las Llanuras del Norte de Costa Rica. Tecnología en marcha, 22(1), 95-112. 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. 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). 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). 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. RICHADS, G. Y MORRILL, W. (2019): Motivations of global Millennial travelers. RBTUR, 14(1), 126-139. RUMETSCHOFER H. Y WOB W. (2004): Tourism information systems promoting barrier-free tourism for people with disabilities. ICCHP, 280-286</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

**Recomendacións**

**Materias que se recomenda ter cursado previamente**

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

**Observacións**



Recoméndase ao estudiantado ler o programa e as normas de avaliación da disciplina. Tamén se recomenda que asista regularmente ás clases; realice os exercicios propostos polo docente; discuta os casos cos compañeiros(a) e participe activamente dos debates xerados en clases. A bibliografía recomendada non será a única utilizada nas discusións. O docente recomenda que o alumnado traia para as clases, discusións da actualidade, quer sexa xurdida na prensa escrita, quer na radiofónica ou televisiva (nos novos medios de comunicación, redes sociais, ou en medios tradicionais). Seguramente esa aplicación enriquecerá a aprendizaxe e facilitará a asimilación dos temas teóricos abordados. Para facilitar a comprensión significativa dos coñecementos, o alumnado deberá revisar, antes das clases, o material posto á súa disposición por parte do docente. &nbsp;

(\*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