



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2022/23 |
|----------------------------|---|---------------|----------------------------|----------------|---------|
| 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 | Spanish | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Empresa Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador | Sánchez Amboage, Eva | E-mail | eva.sanchez.amboage@udc.es | | |
| Lecturers | Sánchez Amboage, Eva | E-mail | eva.sanchez.amboage@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. DEMANDA TURÍSTICA: NOVAS TENDENCIAS | 1.1. Turistas con novas preferencias e novos estilos de vida marcados por: <ul style="list-style-type: none"> -As novas tecnoloxías -A procura de experiencias -O escenario postpandemia -A virtualidade -A sustentabilidade -A personalización 1.2 Como encontrar novas tendencias? |
| 2. A SEGMENTACIÓN COMO CHAVE | 2.1. Criterios de segmentación 2.2. O papel das novas tecnoloxías nos procesos de segmentación 2.3. A creación do arquetipo de turista (o "buyer persona") 2.4. Estratexias de segmentación 2.5. Exemplos de turistas especiais |

| Planning | | | | |
|--------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies / Results | Teaching hours (in-person & virtual) | Student?s personal work hours | Total hours |
| Workbook | A8 B1 B11 | 5 | 12 | 17 |
| Guest lecture / keynote speech | A12 A6 B8 B10 C5 C7 | 21 | 0 | 21 |
| Supervised projects | A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6 | 15 | 17 | 32 |
| 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. Tanto o alumnado online como presencial disporá dos materiais no Campus Virtual da materia. O obxectivo da actividade é ampliar o coñecemento sobre a materia e a formación do espírito crítico. |
| Guest lecture / keynote speech | 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 Campus Virtual. 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 abriranse uns foros específicos no Campus Virtual da materia. |
| Supervised projects | Metodoloxía deseñada para promover o aprendizaxe autónomo dos estudantes, baixo a tutela do docente. 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. |

Personalized attention

| Methodologies | Description |
|---------------------|---|
| Supervised projects | 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 |

Assessment

| Methodologies | Competencies / Results | Description | Qualification |
|---------------------|---------------------------|--|---------------|
| Supervised projects | A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6 | Traballo sobre a análise pormenorizada dun destino especializado nalgunha tendencias turística. O alumnado da Modalidade Presencial e o da Modalidade Online deberá facer este traballo de forma grupal e entregalo a través da plataforma en liña en formato PDF e cunha extensión máxima de 15 páxinas. O documento identificarase da seguinte forma: Destino e o primeiro apelido dos diferentes compoñentes do grupo. Exemplo: Destino_Apelido_Apelido_Apelido.pdf | 50 |
| Workbook | A8 B1 B11 | Lectura e análise dun dos artigos propostos polo docente, e que se pode consultar no Campus Virtual. Para a avaliación o estudante deberá entregar unha recensión en formato PDF, cunha extensión máxima de 6 páxinas, a través do Campus Virtual. O documento deberá chamarse seguindo a seguinte proposta: Apelido_Nome_Recensión.pdf. Este exercicio é común para o alumnado da modalidade online e da modalidade presencial. | 40 |



| | | | |
|-----------------------------------|------------------------|--|----|
| Guest lecture / keynote speech | A12 A6 B8 B10 C5 C7 | 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 Campus Virtual da materia. | 10 |
|-----------------------------------|------------------------|--|----|

Assessment comments

Para superar a materia será necesario ter unha cualificación de máis de 5 puntos tanto na lectura como no traballo tutelado.

O sistema de avaliación será o mesmo para ambas oportunidades.

Cualificación de non presentado: Corresponde ao alumno, cando só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

Segunda oportunidade e convocatoria adiantada: Os criterios de avaliación son os mesmos para todas as oportunidades de avaliación. Na convocatoria adiantada é posible recuperar os puntos da avaliación continua mediante preguntas adicionais á proba obxectiva final.

Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Excepto para as datas aprobadas na Xunta de Facultade para a proba obxectiva final, para as restantes probas acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.

Identificación do estudante: O estudante debe acreditar a súa personalidade de acordo coa normativa vixente.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia, na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

Sources of information



| | |
|-----------------------------|---|
| <p>Basic</p> | <p>BIBLIOGRAFÍAABAD 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 & 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, 41-65BORJA, 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, 109-126COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. & WANHILL, S. (2007): ?El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, MadridDAMAZIO, 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), 95-112GARCÍA 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?. https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_-_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdfHOYO, 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: 171-197OTERO, 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> |
| <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



Recoméndase aos estudantes ler o programa e as normas de avaliación. Tamén se recomenda que asista regularmente ás clases; realice os exercicios propostos polo docente; discuta os casos cos compañeiros (as) e participe activamente nos debates xerados en clase. A bibliografía recomendada non será a única utilizada nos debates.

(*)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.