UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2022/23
Asignatura (*)	Planificación y gestión de destinos y productos turísticos para grupos especiales		Código		615524019
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo		Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa		3
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EmpresaSocioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador/a	Sánchez Amboage, Eva		Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Profesorado	Sánchez Amboage, Eva		Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web					
Descripción general	El turismo sigue en crecimiento y en los últimos años se ha detectado una mayor fragmentación de los consumidores. De hecho, el futuro del turismo no se basa en un turismo de masas si no que se ha empezado a especializar en distintos grupos sociales. Por tanto, es muy importante que el planificador y/o gestor turístico sea conocedor de estos nuevos perfiles de la demanda con el fin de adaptar las estrategias turísticas a las necesidades actuales. Con este programa se pretende dar a conocer la diversidad del perfil de los turistas actuales, sus dinámicas y sus necesidades específicas puesto que suponen un auténtico reto para las políticas turísticas de los destinos y ofrecen importantes oportunidades tanto para los destinos como para las empresas turísticas. Así, la finalidad de esta asignatura es la de conocer las principales tendencias de la nueva demanda en el sector turístico para ser aplicadas a los campos de la gestión e investigación turística. Partiendo de este propósito, el desarrollo de las clases se estructura en torno a la realización de diferentes ejercicios prácticos en los cuales se plasmen los contenidos teóricos abordados.				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	CE1 - Que los estudiantes conozcan los principios de la planificación y la gestión sostenible
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A8	CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del turismo para el desarrollo integral de las sociedades receptoras
A12	CE7 - Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B8	CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B10	CG5 - Valorar criticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
B11	CG6 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa
C5	CT5 - Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional

C6	CT6 - Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Conocer, aprender y analizar las nuevas tendencias de la demanda turística. Sus características y situación actual.	AM2 AM3	BM1 BM8 BM12	CM5
Comprender la importancia de las tendencias turísticas y los cambios en las motivaciones turísticas como herramienta de desarrollo integral de las sociedades receptoras	AP1 AM2	BM9 BM10	CM1 CM4 CM7
Desarrollar una planificación y una gestión de destinos así como la creación de los productos turísticos en base a los nuevos gustos y preferencias de la demanda.	AP1 AP6 AI1 AM2	BM11	CM6

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA 1. DEMANDA TURÍSTICA: NUEVAS TENDENCIAS	1.1. Turistas con nuevas preferencias y nuevos estilos de vida marcados por: -Las nuevas tecnologías -La búsqueda de experiencias -El escenario postpandemia -La virtualidad -La sostenibilidad -La personalización 1.2 ¿Cómo encontrar nuevas tendencias?
TEMA 2. LA SEGMENTACIÓN COMO CLAVE	2.1. Criterios de segmentación 2.2. El papel de las nuevas tecnologías en los procesos de segmentación 2.3. El arquetipo de turista (?el buyer persona?) 2.4. Estrategias de segmentación 2.5. Ejemplos de turistas especiales

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Lecturas	A8 B1 B11	5	12	17
Sesión magistral	A12 A6 B8 B10 C5 C7	21	0	21
Trabajos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	15	17	32
Atención personalizada		5	0	5
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Lecturas	El docente propondrá varias lecturas para que el alumnado lea y analice. Tanto el alumnado online como presencial dispondrá de los materiales en el Campus Virtual de la materia. El objetivo de la actividad es ampliar el conocimiento sobre la materia y la formación del espíritu crítico.
Sesión magistral	Para el alumnado presencial se trata de exposición oral, presencial y/o apoyada con tecnologías de la información y las comunicaciones con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje del alumnado. Para el alumnado online se facilitará diverso material teórico/práctico sobre los contenidos de la asignatura que tendrán a su disposición en el Campus Virtual de la materia. Además, se plantearán diversos temas de interés relacionados con la materia para ampliar el conocimiento del alumnado y promover el debate. Para el alumnado presencial se introducirán los temas durante las clases magistrales y para el alumnado online se abrirán unos foros específicos en el Campus Virtual de la materia.
Trabajos tutelados	Metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes, bajo la tutela del docente. Por tanto, este sistema de enseñanza se basa en dos elementos básicos: el aprendizaje independiente de los estudiantes y el seguimiento de ese aprendizaje por el docente. El alumnado presencial realizará el trabajo en grupo y el alumnado online podrá realizarlo en grupo o de manera individual. Con esta metodología también se pretende fomentar el trabajo en equipo para la resolución de problemas.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Trabajos tutelados	Las clases se verán complementadas con la posibilidad para el estudiante de acudir a tutorías fuera del aula, donde el docente procederá a tratar individual y personalizadamente, las posibles dudas que pudieran surgir de la materia. Se trata de una participación que se podrá realizar en el aula o vía TEAMS. Horario y datos de contacto para las tutorías: Iria Caamaño Franco E-mail: iria.caamano@udc.es Lunes: 15:00-17:00 Miércoles: 15:00-17:00

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Trabajos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	Trabajo sobre el análisis pormenorizado de un destino especializado en alguna tendencia turística. El alumnado de la Modalidad Presencial y el de la Modalidad Online deberá hacer este trabajo de forma grupal y entregarlo a través de la plataforma online en formato PDF y con una extensión máxima de 15 páginas. El documento se identificará de la siguiente forma: Destino y el primer apellido de los diferentes componentes del grupo. Ejemplo: Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf	50

Lecturas	A8 B1 B11	Lectura y análisis de uno de los artículos propuestos por el docente, y que se puede consultar en el Campus Virtual. Para la evaluación el estudiante deberá entregar una reseña en formato PDF, con una extensión máxima de 6 páginas, a través del Campus Virtual. El documento se identificará de la siguiente forma: Apellido_Nombre_Reseña.pdf. Este ejercicio es común para el alumnado de la modalidad online y de la modalidad presencial.	40
Sesión magistral	A12 A6 B8 B10 C5 C7	Se valorará teniendo en cuenta la asistencia y participación del alumnado en las sesiones presenciales (modalidad presencial) o la participación activa y razonada en los foros/debates, tareas colaborativas, tutorías virtuales, ... (modalidad online).	10

Observaciones evaluación

Para superar la asignatura será necesario tener una calificación de más de 5 puntos tanto en la lectura como en el trabajo tutelado.

El sistema de evaluación será el mismo para ambas oportunidades.

Calificación de no presentado: Corresponde al alumno, cuando solo participe de actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.

Segunda oportunidad y convocatoria adelantada: Los criterios de evaluación son los mismos para todas las oportunidades de evaluación. En la convocatoria adelantada es posible recuperar los puntos de la evaluación continua mediante preguntas adicionales a la prueba objetiva final.

Estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: Excepto para las fechas aprobadas en la Junta de Facultad para la prueba objetiva final, para las restantes pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación.

Identificación del estudiante: El estudiante ha de acreditar su personalidad de acuerdo con la normativa vigente.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de suspenso '0' en la materia, en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de cara a convocatoria extraordinaria.

Fuentes de información

Básica	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.ARMANDANS, I. (2002): Actividad de ocio-turístico y personas mayores: Análisis de diferencias psicosociales entre ?viajeros? y ?no viajeros?. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, EspañaBALOGLU, 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.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.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.COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A., GILBERT, D. & WANHILL, S. (2007): ?El turismo: teoría y práctica?. Síntesis, MadridGARCÍA 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?. https://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/10/REPORTAJE_-_Millennials_el_target_de_moda_del_turismo.pdf 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: 171-197OTERO, 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.
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios
Se recomienda a los estudiantes leer el programa y las normas de evaluación.También se recomienda que asista regularmente a las clases; realice los ejercicios propuestos por el docente; discuta los casos con los compañeros (as) y participe activamente en los debates generados en clase.La bibliografía recomendada no será la única utilizada en los debates.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías