Guia docente			
Datos Identificativos			2017/18
Asignatura (*)	Planificación y gestión de destinos y productos turísticos espirituales	Código	615524018
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	EconomíaEmpresa		
Coordinador/a	Rodríguez Vázquez, Clide	Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es
Profesorado	Rodríguez Vázquez, Clide	Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es
Web			
Descripción general	En la actualidad, los destinos turísticos deben tener en cuenta la necesidad de ampliar su portafolio de productos con nuevas propuestas para nichos de mercado con nuevas expectativas y de menos dimensiones, en lo que podría denominarse estrategia de larga cola turística. Uno de estos pequeños nichos de interés para los destinos en general y de forma específica para los españoles que tiene una demanda creciente en muchos mercados emisores es el denominado turismo espiritual. Se trata de un tipo de turismo en el que todavía no existe una definición consensuada sobre qué y cuáles son las características de su demanda, pero podríamos decir que es la realización de actividades que nos acercan al conocimiento de nuestro propio yo y a nuestro bienestar interior, situándose entre el turismo religioso y el turismo de salud y belleza, incluso para algunos autores con cierta aproximación en algunos casos al turismo deportivo y creativo.		

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A5	CE6 - Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptarlos a las nuevas exigencias de la demanda y al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras
A8	CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector
A10	CE10 - Manejar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
B11	CG6 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de manera afectiva en un entorno de trabajo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Describir la situación actual y las tendencias futuras en el mercado del turismo espiritual	AP6	BM2	
Conocer cuáles son los productos asociados al desarrollo del turismo espiritual	AP7 AI1	BM11	

Evaluar la importancia del marketing espiritual en el desarrollo de destinos turísticos	AP5 AP7	BM3 BM11	
Aplicar las Tecnologías de la Información y Comunicación en la promoción y comercialización de destinos y productos turísticos espirituales.	AM1		CM1 CM2 CM3

Contenidos	
Tema	**Subtema**
BLOQUE I: INTRODUCCIÓN AL TURISMO ESPIRITUAL	El Turismo Religioso y el Turismo Espiritual. Conceptualización y contextualización del Turismo Espiritual
BLOQUE II: FUNDAMENTOS SOBRE EL TURISMO ESPIRITUAL	Evolución de la actividad viajera relacionada con el Turismo Espiritual y su evolución en España. Iniciativas internacionales Iniciativas en España
BLOQUE III: APLICACIÓN DEL MARKETING DE DESTINOS AL TURISMO ESPIRITUAL	Las Organizaciones de Marketing de Destinos (OMD) y su relación con el Turismo Espiritual Promoción y Comercialización del Turismo Espiritual

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competéncias**	**Horas presenciales**	**Horas no presenciales / trabajo autónomo**	**Horas totales**
Sesión magistral	A7 C3	21	0	21
Lecturas	B2	6	8	14
Trabajos tutelados	A5 A6 A10 A8 B3 B11 C1	15	20	35
Presentación oral	C2	2	0	2
Atención personalizada		3	0	3
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	Desarrollo de los contenidos del programa teórico de la materia mediante la exposición oral, guiada por presentaciones multimedia
Lecturas	Se facilitará al alumnado textos y lecturas con carácter obligatorio de los diferentes temas cuya finalidad es servir de complemento a la clase magistral que deberán ser trabajadas en grupo para resolver las cuestiones que se formulen. Las lecturas deberán ser desarrolladas tanto por los alumnos de la modalidad presencial como por los de la no presencial. Éstas se considerarán en la evaluación final de la materia, por lo que es importante que todos los alumnos las entreguen.

Trabajos tutelados	Modalidad Presencial: Elaboración de un trabajo en grupo relacionado con la materia en cuestión, donde el alumno deberá de ser capaz de demostrar los resultados de aprendizaje conforme a la materia presentada; para ello se deberán organizar en grupos de dos o tres personas. Durante la impartición de las sesiones magistrales se llevará a cabo la tutorización correspondiente del trabajo desarrollado, así como el seguimiento del cometido llevado a cabo por los diferentes grupos. La exposición de los trabajos será en sesión plenaria. Modalidad No Presencial: La elaboración del trabajo será individual, salvo que algún alumno quisiera formar grupos virtuales con otros alumnos de su misma modalidad y previo aviso a la profesora con suficiente antelación. Para estos alumnos el trabajo tendrá los mismos contenidos que en el caso de la modalidad presencial. Estos alumnos también serán tutorizados de forma continua y se hará un seguimiento de su trabajo de forma individual o colectiva según sea el caso. Podrán exponer su trabajo utilizando para ello los medios audiovisuales que sean posibles y estén al alcance de todos.
Presentación oral	Todos los miembros del grupo o los alumnos de forma individualizada deberán exponer el trabajo tutelado como ya se ha especificado en la metodología anterior; aspecto que será valorado en la nota final.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Lecturas Trabajos tutelados	Los diferentes miembros del grupo o los alumnos de manera individualizada podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de las lecturas y del trabajo tutelado. Los HORARIOs son los siguientes: Del 7 al 8 de marzo, de 18:15 a 20:30 horas Del 12 al 15 de marzo, de 16:00 a 18:15 horas Del 19 al 22 de marzo, de 18:15 a 20:30 horas Las tutorías se realizarán por teléfono, mail o de forma presencial en las siguientes semanas: Un día durante la primera semana de clase Un día durante la segunda semana de clase Un día durante la tercera semana de clase Dos días durante la primera semana de abril LUGAR: Departamento de Análisis Económico y ADE Área Comercialización e Investigación de Mercados Campus de Elviña. Universidad de A Coruña crodriguezv@udc.es Tf. 981167000. Ext. 2532

Evaluación			
Metodologías	**Competéncias**	**Descripción**	**Calificación**

Presentación oral	C2	El grupo o el alumno individual deberá exponer su trabajo utilizando para ello los medios audiovisuales que puedan o estén a su alcance. Es necesario entregar la presentación del trabajo en power point o en cualquier otro formato similar, tanto para la modalidad presencial como para la online. La presentación supondrá el 20% de la nota final de la materia donde de forma individualizada se valorará para cada alumno ese porcentaje teniendo en cuenta los siguientes aspectos: 1) Calidad de la presentación y adecuación al marco teórico. 2) Precisión y claridad de la exposición y de las respuestas (caso presencial). 3) Coherencia en la presentación. En el caso de la modalidad presencial todos los integrantes del grupo deberán exponer una parte del trabajo dado que la nota de la presentación oral será asignada de forma individualizada a cada alumno. En el caso de los alumnos No Presenciales, la presentación deberá tener audio explicativo o en su defecto se debe enviar un vídeo donde el alumno explique dicha presentación.	20
Lecturas	B2	Se proponen dos artículos o lecturas obligatorias como máximo sobre las que los alumnos de ambas modalidades, presenciales y no presenciales, deberán leer, comentar, opinar y responder a una serie de cuestiones que se planteen en las mismas. Dichas lecturas deberán ser desarrolladas por todos los alumnos de manera individual y supondrán un 10% de la calificación de la asignatura, siempre y cuando se cumplan una serie de requisitos tales como: calidad de redacción; opinión contrastada; utilización de forma adecuada de fuentes bibliográficas relevantes, etc. El plazo de entrega se hará en la última semana del mes de abril.	10
Trabajos tutelados	A5 A6 A10 A8 B3 B11 C1	Evaluación continua del trabajo realizado a lo largo de la materia. El desarrollo del trabajo bien sea en grupo o individual representará el 70% de la nota final. En dicha valoración se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: 1) Originalidad 2) Aplicación de los fundamentos teóricos 3) Calidad de la redacción y coherencia en el formato 4) Utilización de fuentes bibliográficas pertinentes tanto en el documento como en la bibliografía Para superar la materia es necesario alcanzar una puntuación mínima del 50% en el trabajo tutelado. La entrega se hará en el mes de abril al igual que la revisión de las calificaciones.	70

Observaciones evaluación
Nota:Los alumnos de modalidad NO presencial podrán formar grupos de trabajo con alumnos de su misma modalidad, siempre y cuando se lo notifiquen previamente a la profesora responsable y ésta lo considere oportuno.La revisión de las calificaciones de la primera oportunidad se realizarán durante el mes de abril.El sistema de evaluación aplicado en la primera convocatoria se mantendrá para julio.La entrega de trabajos y lecturas en la segunda convocatoria se realizará en el mes de julio y la revisión de las calificaciones igual.

Fuentes de información

Básica	ALVÁREZ SOUSA, A. (2004). ?Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI? en VIII Congreso Español de Sociología: transformaciones globales: confianza y riesgo, grupo: Turismo, ocio y deporte, Alicante del 23 al 25 de septiembreCOURT, B. y LUPTON, R. (1997). ?Customer portofolio development: modeling destination adopters, inactives and rejecters?. Journal of Travel Research. 36, 1, pp. 35-43.Turespaña (2009). Estudio de Productos Turísticos, Turismo de SaludORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2002). Panorama 2020 ? Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado. Consejo Empresarial de la OMT (CEOMT). MadridTravel and Leisure Magazine, www.travelandleisure.comOficina de Industrias de Viajes y Turismo de Estados Unidos, http://tinet.ita.doc.govHUERTAS ROIG, A; SETÓ-PÀMIES, D. y MÍGUEZ-GONZÁLEZ, M.I (2015). ?Comunicación de desinos turísicos a través de los medios sociales?. El profesional de la información, enero-febrero, v. 24, n. 1, pp. 15-21RODRÍGUEZ, C. (2016). Material básico para el seguimiento de las sesiones magistrales.
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

(*) 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