



Guía docente

Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
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)			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	2º cuatrimestre	Primero	Optativa	3
Idioma				
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Gomis Rodriguez, Alfonso	Correo electrónico	alfonso.gomis@udc.es	
Profesorado	Caamaño Franco, Iria	Correo electrónico	iria.caamano@udc.es	
	Gomis Rodriguez, Alfonso		alfonso.gomis@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 del título

Código	Competencias 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 críticamente 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 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. APROXIMACIÓN AL NUEVO TURISTA. ACTUALIDAD Y FUTURO	1.1. INTRODUCCIÓN 1.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL NUEVO TURISTA: EL TURISMO DE LAS EMOCIONES 1.3. TENDENCIAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA 1.3.1. MASCOTAS CON DUEÑO 1.3.2. TURISMO FAMILIAR Y FAMILIAS MONOPARENTALES 1.3.3. MUJERES QUE VIAJAN CON MUJERES 1.3.4. SINGLES 1.3.5. TURISMO HALAL
TEMA 2. EL TURISMO SENIOR COMO SEGMENTO EMERGENTE	2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE TURISMO SENIOR 2.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO SENIOR 2.3. EL TURISMO SENIOR EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS
TEMA 3. EL TURISMO MILLENNIAL	3.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO MILLENNIAL 3.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA MILLENNIAL 3.3. CASOS DE ÉXITO
TEMA 4. TURISMO ACCESIBLE	4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO ACCESIBLE 4.2. APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA CON DIVERSIDAD FUNCIONAL 4.3. CASO DE ÉXITO
TEMA 5. EL TURISMO LGTB	5.1 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO LGTB 5.2 APROXIMACIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO LGTB 5.3. CASOS DE ÉXITO

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Lecturas	A8 B1 B11	4	10	14



Sesión magistral	A12 A6 B8 B10 C5 C7	26	0	26
Trabajos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	15	15	30
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. Así, se fomenta el conocimiento sobre la materia y la formación del espíritu crítico.
Sesión magistral	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 trata de diverso material teórico/práctico sobre los contenidos de la asignatura a disposición de los alumnos para su lectura; así como, la discusión de temas de interés actual relacionados con la materia mediante foros/debates on-line y/o la realización de pequeños ejercicios/pruebas de conocimiento teórico/prácticos, ...
Trabajos tutelados	Metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes, bajo la tutela del profesor y en escenarios variados (académicos y profesionales). 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 profesor-tutor.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Durante el curso académico se realizará una atención personalizada y continuada a todo el alumnado matriculado en esta materia, tanto para resolver dudas de las clases presenciales/online, como para tratar temas relacionados los trabajos. 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 Tutorías Skype: Usuario: master.turismo

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación



Trabajos tutelados	A1 A11 B9 B12 C1 C4 C6	50% Trabajo sobre el análisis pormenorizado de un destino especializado en alguna de las tendencias turísticas comentadas en el programa de la asignatura. El alumnado de la Modalidad Presencial y el de la Modalidad Online deberá de hacer este trabajo en grupos de un máximo de 3 personas, deberán de entregarlo a través de la plataforma online en formato PDF y con una extensión máxima de 15 páginas. El documento deberá de llamarse siguiendo la siguiente propuesta: Destino y el primer apellido de los diferentes componentes del grupo. Ejemplo: Destino_Apellido_Apellido_Apellido.pdf	50
Lecturas	A8 B1 B11	40% Lectura de dos documentos elegidos por el alumnado sobre una misma temática a partir de la propuesta previa realizada por el docente. Para la evaluación el alumnado deberá de entregar una recensión a través de la plataforma Moodle en formato PDF y con una extensión máxima de 6 páginas. El documento deberá de llamarse siguiendo la siguiente propuesta: Apellido_Nombre_Recensión.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	10% Asistencia y participación obligatoria que se valorará teniendo en cuenta la involucración/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

Es necesario haber superado, al menos con un 5, tanto el ejercicio de las lecturas como el trabajo tutelado.

Fuentes de información



Básica	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. 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 BALOGU, 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 Examina-tion 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, Madrid 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. 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: 171-197 OTERO, 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.
Complementaria	

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