



Guía Docente				
Datos Identificativos			2022/23	
Asignatura (*)	Planificación e xestión de destinos e produtos turísticos para grupos especiais	Código	615524019	
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EmpresaSocioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Profesorado	Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
Descrición xeral	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. 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. 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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
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



Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Cofecer, 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. DEMANDA TURÍSTICA: NOVAS TENDENCIAS	1.1. Turistas con novas preferencias e novos estilos de vida marcados por: -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

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 C5 C7	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 Campus Virtual da materia. O obxectivo da actividade é 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 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.
Traballos tutelados	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.

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 dúbidas 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 a análise pormenorizada dun destino especializado nalgúnha 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
Lecturas	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



Sesión maxistral	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 maxistrais e para o alumnado online abriranse uns foros específicos no Campus Virtual da materia.	10
------------------	------------------------	---	----

Observacións avaliación

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.

Fontes de información



Bibliografía 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. 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, 41-65. 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. & 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?. 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). 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. RUMETSHOFER H. Y WOB W. (2004): Tourism information systems promoting barrier-free tourism for people with disabilities. ICCHP, 280-286
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións



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.

(*)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