



Escuela Universitaria de Turismo de Cartagena

UPCT



Guía docente de la asignatura: TURISMO COMPLEMENTARIO

Titulación: GRADUADO EN TURISMO

Curso: 3º

Guía Docente

1. Datos de la asignatura

Nombre	TURISMO COMPLEMENTARIO				
Módulo	RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS				
Código	503103009/503108012				
Titulación	GRADO EN TURISMO				
Plan de estudios	2010				
Centro	ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO CARTAGENA				
Tipo	OPTATIVA				
Periodo lectivo	SEGUNDO CUATRIMESTRE			Curso	3º GRADO
Idioma	CASTELLANO				
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150
Horario clases teoría	PDTE DE ASIGNAR			Aula	PDTE DE ASIGNAR
Horario clases prácticas	PDTE DE ASIGNAR			Lugar	PDTE DE ASIGNAR

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	PILAR JIMÉNEZ MEDINA
Departamento	Técnicas turísticas
Área de conocimiento	AmC-7;AmC-8
Correo electrónico	mariapilar.jiménez@upct.es
Horario de atención / Tutorías	PDTE ASIGNAR
Ubicación durante las tutorías	PDTE ASIGNAR

Perfil docente e investigador	<p>Docencia durante el período 1999-2011 de las asignaturas: Gestión y Dirección de Empresas de Alojamiento y Restauración, Gestión y Dirección de Agencias de Viaje, Prácticas en Empresas; docencia durante 2010-2011 de la asignatura: Diseño y Comercialización de Productos Turísticos.</p> <p>Máster Universitario en Turismo por la UPCT desde 2010 (Especialidad en Gestión y Dirección de Empresas Turísticas), Licenciada en Antropología Social y Cultural, Técnico en Empresas y Actividades Turísticas. Investigación en desarrollo de productos y destinos turísticos desde la sostenibilidad.</p>
--------------------------------------	--

3. Descripción de la asignatura

3.1. Presentación

El objetivo básico de la asignatura es introducir al alumno en el conocimiento y aprendizaje de las tendencias complementarias al turismo tradicional y dotar a los estudiantes de herramientas para organizar y poner en práctica proyectos de estas formas de turismo complementario, teniendo en cuenta sus particularidades, ventajas y problemáticas.

Se tratarán, entre otros, los siguientes contenidos: turismo de salud y belleza, turismo activo, turismo de aventura, turismo natural y ecológico, turismo de guerra, turismo negro, turismo sexual, turismo enológico, turismo astronómico, turismo congresual, turismo religioso, turismo de compras, turismo sanitario, turismo naturista, etc

3.2. Ubicación en el plan de estudios

Esta asignatura se destina a los estudiantes del curso de 3º de Grado en Turismo, impartándose en el segundo cuatrimestre.

3.3. Descripción de la asignatura. Adecuación al perfil profesional

La importancia del sector Turístico como sector económico dinamizador de la economía de nuestro país y la diversidad de oportunidades de empleo que genera, es fundamental en la decisión de una gran parte de los alumnos de Grado en Turismo a la hora de orientar su futura actividad profesional hacia la creación de empresas especializadas en formas de turismo complementarias a las tradicionales de sol y playa. El conocimiento de estas formas de turismo permitirán al alumno entrar en contacto con nuevas líneas de desarrollo profesional

3.4. Relación con otras asignaturas. Prerrequisitos y recomendaciones

La complejidad del desarrollo de empresas relacionadas con formas de turismo que interaccionan con subsectores turísticos diversos, hace que los contenidos de esta asignatura necesiten de la complementariedad del conocimiento de distintas disciplinas que se abordan dentro del plan de estudios del título de Graduado en Turismo. La geografía y sus herramientas para una adecuada planificación y ordenación del territorio, el derecho fundamental para conocer la legislación a aplicar en cada proceso, el patrimonio natural y cultural, la antropología y la psicología social, los métodos estadísticos, el marketing y las nuevas tecnologías son imprescindibles para el aprendizaje con éxito de esta materia.

4. Competencias

4.1. Competencias específicas de la asignatura

- A. Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- B. Gestionar los recursos financieros.
- C. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas
- D. Analizar la dimensión económica del Turismo.
- E. Reconocer los principales agentes turísticos.
- F. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
- G. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- H. Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.
- I. Gestionar los distintos tipos de empresas turísticas.
- J. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito turístico.
- K. Utilizar y analizar las tecnologías de la información en los distintos ámbitos del sector turístico
- L. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- M. Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- N. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación
- O. ?????????

4.2. Competencias genéricas / transversales

COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- ☒ G01 Capacidad de análisis y síntesis
- ☒ G02 Capacidad de organización y planificación
- ☒ G03 Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- ☒ G04 Conocimiento de una lengua extranjera
- ☒ G05 Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- ☒ G06 Capacidad de gestión de la información
- ☒ G07 Resolución de problemas
- ☒ G08 Toma de decisiones
- ☒ G09 Razonamiento crítico

COMPETENCIAS PERSONALES

- ☒ G10 Trabajo en equipo
- ☒ G11 Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
- ☒ G12 Trabajo en un contexto internacional
- ☒ G13 Habilidades en las relaciones interpersonales
- ☒ G14 Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad
- ☒ G15 Compromiso ético
- ☒ G16 Aprendizaje autónomo
- ☐ G17 Adaptación a nuevas situaciones
- ☐ G18 Tratamiento de conflictos y negociación
- ☐ G19 Sensibilidad hacia temas medioambientales

COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- ☒ G20 Creatividad e innovación
- ☒ G21 Liderazgo
- ☒ G22 Iniciativa y espíritu emprendedor
- ☒ G23 Motivación por la calidad

4.3. Objetivos generales / competencias específicas del título

- Facilitar el conocimiento de nuevas formas de turismo para la toma de decisiones en el contexto del diseño de productos turísticos.
- Plantear unos conocimientos de alto alcance, de carácter universitario que den respuesta a las necesidades de formación superior en relación con cuestiones sociales, humanísticas, geográficas y técnicas.

4.4. Resultados esperados del aprendizaje

- 4.4.1. Interpretar, analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- 4.4.2. Comprender la gestión de los recursos financieros en la actividad turística.
- 4.4.3. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas que afectan a las empresas turísticas..
- 4.4.4. Analizar la dimensión económica de la industria turística.
- 4.4.5. Clasificar los principales agentes turísticos.
- 4.4.6. Reconocer posibles problemas y definir posibles soluciones.
- 4.4.7. Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.
- 4.4.8. Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.
- 4.4.9. Reconocer la gestión de los distintos tipos de empresas turísticas.
- 4.4.10. Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos competidores, así como de sus estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- 4.4.11. Reconocer las tecnologías de la información con aplicación directa en los distintos ámbitos del sector turístico.
- 4.4.12. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- 4.4.13. Comprender los planes públicos que afectan al sector privado y las oportunidades que se derivan de ellas.
- 4.4.14. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.

5. Contenidos

5.1. Contenidos según el plan de estudios

Los contenidos de la materia se estructuran en tres bloques: Conceptos y definiciones sobre el turismo complementario y Características de la oferta complementaria. Un tercer bloque de carácter práctico.

5.2. Programa de teoría

UNIDAD DIDÁCTICA I: CONCEPTOS Y DEFINICIONES SOBRE EL TURISMO COMPLEMENTARIO

Tema 1: Estructura y tendencias del mercado turístico.

Tema 2: Los procesos de decisión de compra en el consumidor.

Tema 3: Identificación de las formas de turismo complementario existentes en el mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA II: CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA

Tema 4: Análisis de actividades turísticas complementarias al destino.

Tema 5: Nuevos desarrollos turísticos basados en actividades turísticas complementarias.

Tema 6: Características de los productos turísticos y desarrollo de la oferta complementaria.

UNIDAD DIDÁCTICA III: FORMACIÓN PRÁCTICA

Práctica 1. Lectura de artículos referentes al sector turístico mundial.

Práctica 2. Exposición de un trabajo individual.

5.3. Programa de prácticas

Para la evaluación del aprendizaje del alumno se se valorará la asistencia a clase, el trabajo práctico de análisis y comprensión de artículos, y la exposición individual de un trabajo previamente definido y asignado en clase.

6. Metodología docente

6.1. Actividades formativas			
Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante	ECTS
Clases expositivas	Exposición del contenido teórico de cada tema presentación en PowerPoint y explicación de los aspectos más relevantes. Se usará el aprendizaje cooperativo.	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes complementarios a la información expuesta. Planteamiento de dudas.	0,3
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia.	0,3
Clases Teórico-Prácticas	Análisis, diagnóstico y comentarios sobre los contenidos de la asignatura, exposiciones orales y presentaciones multimedia.	<u>Presencial</u> : Desarrollo de competencias trabajadas.	0,9
		<u>No presencial</u> : Estudio y resolución de las cuestiones planteadas.	0,9
Actividades de Evaluación	Asesoramiento y apoyo para la elaboración de supuestos prácticos de carácter individual sobre las salidas de campo realizadas.	<u>Presencial</u> : Exposición y defensa del trabajo individual.	3
		<u>No presencial</u> : Preparación de la materia.	0,18
Tutorías individualizadas	Seguimiento a título individual sobre cuestiones relativas al aprendizaje. Revisión de exámenes y pruebas prácticas.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas en tutoría presencial.	0,18
		<u>No presencial</u> : Estudio de los contenidos y planteamiento de dudas en tutoría presencial	0,18
			6

7. Evaluación

7.1. Técnicas de evaluación				
Instrumentos	Realización / criterios	Peso	Competencias genéricas (4.2) evaluadas	Resultados (4.4) evaluados
Participación activa en clase	Evaluación continua de participación activa en clase.	10%	G01,G02,G03, G06, G07, G08,G09,G10,G11,G12,,G20, G21,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Exposición y Defensa de Trabajo Individual	Se evaluará el trabajo autónomo del alumno en cuanto a reflexión, redacción, presentación y defensa de un tema previamente definido entre los supuestos referidos a las salidas.	10%	G01, G02, G03, G04, G05,G06,G07,G08,G09,G13, G14,G15, ,G20,G22,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Participación Proactiva	Para el adecuado cumplimiento de los criterios de evaluación es obligatoria la asistencia a un porcentaje no inferior al 80% de todas las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas, así como de mantener un interés y participación proactiva.	20%	G01,G02,G03, G06, G07, G08,G09,G10,G11,G12, G20, G21,G23	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15
Actividades de Evaluación	Es obligatoria la evaluación positiva de los trabajos expuestos en clase (20% proposición, lectura y comprensión de artículos), (40% exposición y defensa de trabajo individual del alumno)	60%	G01, G02, G03, G06,G09	1, 2, 3, 4, 5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15

7.2. Mecanismos de control y seguimiento
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control regular de asistencia ▪ Evaluación continua de trabajos realizados en clase. ▪ Asistencia a tutorías en el horario establecido y publicado en el tablón de anuncios ▪ Asistencia a seminarios de carácter práctico mediante salidas de campo. ▪ Entrega o en su caso defensa de supuestos sobre las salidas de campo. ▪ Lectura analítica de artículos de interés. ▪ Exposición y defensa de trabajo individual del alumno.

7.3. Resultados esperados / actividades formativas / evaluación de los resultados (opcional)

Resultados esperados del aprendizaje (4.4)	Clases de teoría	Clases ejercicios	Asistencia a seminarios	Evaluación formativa	Trabajo de campo	Prueba teoría	Prueba ejercicios	Prueba oral	Trabajo en grupo	Ejercicios propuestos	Evaluación formativa
4.4.1 Interpretar, analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	X	X	X								
4.4.2 Comprender la gestión de los recursos financieros en las empresas turísticas.	X	X									
4.4.3 Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.	X	X	X								
4.4.4 Analizar la dimensión económica de la industria turística.	X	X									
4.4.5. Clasificar los principales agentes turísticos.	¿	¿	¿								
4.4.6. Reconocer posibles problemas y definir posibles soluciones.	X	X	X								
4.4.7 Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.	X	X	X								
4.4.8 Identificar y detectar espacios y destinos turísticos.	X	X	X								
4.4.9 Reconocer la gestión de las empresas turísticas.	X	X	X								
4.4.10 Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos competidores, así como de sus estructuras turísticas y sus sectores empresariales.	X										
4.4.11 Reconocer las tecnologías de la información con aplicación directa en el sector turístico.	X	X	X								
4.4.1. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.	X	X	X								
4.4.13. Comprender los planes públicos que	X	X	X								

afectan al sector privado y las oportunidades que se derivan de ellas.
4.4.14. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación

X	X	X		

8. Distribución de la carga de trabajo del alumnado

		ACTIVIDADES PRESENCIALES														ACTIVIDADES NO PRESENCIALES						TOTAL HORAS	ENTREGABLES		
		Convencionales					No convencionales									TOTAL NO PRESENCIALES									
Semana	Temas o actividades (visita, examen parcial, etc.)	Clases teoría	Clases Prácticas	Aula informática			TOTAL CONVENCIONALES	Trabajo cooperativo	Tutorías	Seminarios	Visitas	Evaluación formativa	Evaluación	Exposición de trabajos			TOTAL NO CONVENCIONALES	Estudio	Trabajos / informes individuales	Trabajos / informes en grupo			TOTAL NO PRESENCIALES		
1	Tema 1	4	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
2	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
3	Tema 2	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
4	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
5	Tema 3	3	1				4	1,5	0,5								2	3	1				4	10	
6	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
7	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
8	Tema 4	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
9	Tema 5	2	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
10	Tema 6	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
11	Tema 7	3	1				4	1,5	0,5								2	2	2				4	10	
12	SALIDA CAMPO I		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
13	SALIDA CAMPO II		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
14	SALIDA CAMPO III		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
15	SALIDA CAMPO IV		4				4	1	1								2	2	2				4	10	
Periodo de exámenes																									
Otros																									
TOTAL HORAS		33	27				60	20,5	9,5								30	35	25				60	150	

9. Recursos y bibliografía

9.1. Bibliografía básica

- MILLO BALANZÁ I.; *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Thomson-Paraninfo. Madrid, 2004. ISBN: 84-9732-299-1
- GONZÁLEZ BLANCH F.; *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Editex, S. A. Madrid, 2001. ISBN: 84-7131-880-6
- CABARCOS NOVÁS N.; *Venta de Servicios y Productos Turísticos*. Editorial Ideas Propias. Vigo 2007. ISBN: 978-84-9839-100-8
- MONTANER MONTEJANO, J., Estructura del Mercado Turístico, Madrid, Editorial Síntesis, 1999.
- BIOSCA, D., AMIGÓ I., La gestión eficaz de un destino turístico del S. XXI. Como crear productos turístico, Barcelona, Educatur, 2001.
- VERA, J. F (Coord.), Análisis Territorial del turismo. Barcelona, Ariel Geografía, 1997.
- MILO, I., CABO, M., Comercialización de productos y servicios turístico. Madrid, Paraninfo, 2000.
- BORJA SOLÉ, L., CASANOVAS PLA, J.A., BOSCH CAMPRUBÍ, R., El consumidor turístico, Madrid, ESIC, 2002.
- PÉREZ DE LAS HERAS, M., Manual del Turismo Sostenible. Madrid, Ediciones Mendi-Prensa, 2004.
- LICKORISH, J. L., JENKINS C.L., Una introducción al turismo, Madrid, Síntesis, 1997.
- URBAIN, J. D., El idiota que viaja, Madrid, Endimión, 1993.

9.2. Bibliografía complementaria

- REVISTAS CIENTÍFICAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CARÁCTER GENÉRICO
- REVISTAS CIENTÍFICAS ESPECIALIZADAS