

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN TURISME I GLL /GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI

380015 - CREACIÓ DE PRODUCTE TURÍSTIC

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Primer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Gonzalo Berger Mulattieri [<gberger@tecnocampus.cat>](mailto:gberger@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Català

Presentació de l'assignatura

La base de l'èxit en el sector turístic és el producte. Amb tot, els reptes que implica una societat com l'actual, dinàmica, diversa i multicapa, obliga als agents públics i privats que treballen en aquest sector a oferir productes ben elaborats, altament jerarquitzats i adaptats a les tendències socials que els diferents segments d'usuaris demanden.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

Específica

- CE6. Avaluar els potencials turístics i l'anàlisi prospectiva de la seva explotació a través de models de gestió innovadors.

General

- CG2. Ser capaç de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva.
-

CG3. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reevaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

- CG4. Ser capaç d'integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis de Turisme i Gestió de l'Oci contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT3. Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avaluï aquests arguments.
- CT4. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'aversion al risc.
- CT5. Dominar les principals aplicacions de les eines informàtiques i les noves tecnologies per a l'activitat acadèmica ordinària.
- CT6. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic.
- CT7. Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar sol·lucions.

No definides

Continguts

Tema 1 Turisme i producte turístic. Evolució, conceptes, components i classificació

- 1.1 Catalogació dels diferents continents i àrees geogràfiques turístiques
- 1.2 Europa com a destinació turística. Evolució del continent
- 1.3 Recursos turístics d'Europa: espais naturals, manifestacions culturals, obres tècniques o científiques, folklore, grans esdeveniments
- 1.4 Grans recursos turístics mundials

Tema 2 Identificació i estratègia

- 2.1 El comprador del producte. Tipologies de client.
- 2.2 Turisme i societat.
- 2.3 Tipus de producte turístic: classificacions i nous segments.
- 2.4 Segments d'usuaris i situació de mercat. La selecció del públic objectiu.
- 2.5 Estratègia de posicionament de mercat

Tema 3 El producte turístic

- 3.1 Del recurs al producte
- 3.2 Definició i característiques
- 3.3 Producte base
- 3.4 Producte perifèric
- 3.5 Productes de base derivats
- 3.6 Productes complementaris

Tema 4 Disseny i creació de productes turístics

- 4.1 Selecció de recursos disponibles
- 4.2 Metodologia de creació de productes
- 4.3 Estructura del producte: descripció, característiques i preu
- 4.4 Costos de producció i viabilitat econòmica
- 4.5 Comercialització i màrqueting

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 16 - Pau, justícia i institucions sòlides
- 14 - Vida submarina
- 05 - Igualtat de gènere
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 10 - Reducció de les desigualtats
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures
- 11 - Ciutats i comunitats sostenibles

Sistema d'avaluació i qualificació

SE1. Actitud i participació: 10% de la nota final. **No recuperable.**

SE2. Activitats, exercicis i anàlisi de cas: 20% de la nota final. **No recuperable.**

SE.3 Treball assignatura: 20% de la nota final. **No recuperable.**

SE.4 Prova final: 50% de la nota final.

- En el cas de no entregar els treballs en la data límit assenyalada es puntuarà com 0.
- Per aprovar l'assignatura s'ha d'obtenir una nota mitja igual o superior a 5. En cas de suspens l'estudiant només recuperarà la prova final.
- Per tenir accés a la recuperació és necessari que l'estudiant s'hagi presentat a la prova final.