



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GRADO EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DEPORTE I AL ACONDICIONAMIENTO FÍSICO

**GUÍA DOCENTE INDUSTRIA DEL TURISMO Y DEL OCIO
DEPORTIVO
2020-21**

DATOS GENERALES

ASIGNATURA: INDUSTRIA DEL TURISMO Y DEL OCIO DEPORTIVO

CÓDIGO:

CURSO: 2020/2021

CRÉDITOS (ECTS): 6

PROFESOR COORDINADOR: Anna Sans

FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

El curso introducirá al alumno al mundo del turismo vinculado a la actividad física. El curso se dividirá en tres partes.

La primera parte aproximará al alumno al mundo turístico, permitiendo conocer su estructura, su desarrollo, así como los distintos actores que participan en ello. Además, se entrará en la terminología específica, tanto en catalán y castellano, como en inglés.

La segunda parte se centra en la tipología de turismo vinculada a la actividad física y al deporte. Se ofrecerán herramientas para analizar y comprender la oferta y la demanda de productos turísticos tanto deportivos como activos. Se trabajarán las distintas características para que el alumno sea consciente de sus diferencias y de las oportunidades que el turismo puede ofrecer. También se hará una introducción al mundo de los eventos deportivos, su tipología, las fases para su concepción y realización y el posterior análisis de impacto. Se realizará una parte práctica con la creación de un producto turístico, desde su concepción hasta su puesta en marcha y comercialización.

Y finalmente, la tercera parte del curso será para centrarse en las distintas empresas de turismo deportivo que se pueden crear y gestionar.

OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Conocer las características del mercado turístico vinculado a la práctica deportiva
- Identificar los actores turísticos y sus funciones
- Conocer y saber analizar las diferencias y tendencias del turismo deportivo y activo
- Saber analizar y evaluar la concurrencia en el mercado turístico
- Conocer las características del turismo deportivo, el perfil del usuario.
- Conocer las ofertas deportivas vinculadas al turismo
- Conocer el modelo de demanda de turismo vinculado al deporte
- Saber analizar el potencial turístico deportivo de un territorio.
- Conocer las actividades propias del turismo deportivo activo y sus recursos.
- Conocer las características de las empresas vinculadas al turismo deportivo y los requisitos para su creación, implantación y desarrollo.

CONTENIDOS DEL CURSO

TEMA 1: Fundamentos del turismo

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la terminología turística
- Diferenciar entre turismo activo y turismo deportivo y ocio deportivo
- Identificar los principales agentes turísticos
- Entender el contexto del turismo vinculado a la actividad física

Contenido

- Conceptos básicos del turismo.
- El sistema turístico y sus características
- Relación entre deporte, ocio deportivo y turismo
- El producto y las empresas turísticas
- Concepto de distribución y tour operación
- Política turística y destinos turísticos deportivos

TEMA 2: Introducción al turismo activo

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Comprender la importancia del desarrollo del turismo activo en los destinos
- Identificar los principales mercados emisores del turismo activo
- Analizar las características de la oferta de turismo activo
- Analizar el perfil de la demanda del cliente de turismo activo

Contenido

- Conceptualización del turismo activo: turismo y naturaleza
- Análisis de la oferta. Tipologías del turismo activo: experiencias y viajes
- Análisis de la demanda. Características y perfil de turista activo

TEMA 3: Introducción al turismo deportivo

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diferenciar las distintas tipologías de turismo deportivo
- Comprender la importancia del desarrollo del turismo deportivo en los destinos
- Analizar las características de la oferta de turismo deportivo
- Analizar el perfil de la demanda del cliente de turismo deportivo

Contenido

- El deporte como ámbito del desarrollo turístico
- Análisis de la oferta. Tipologías y ámbitos del turismo deportivo
- Determinantes geográficas del turismo deportivo: litoral, interior y montaña
- La demanda. Características y perfil de turistas deportivos
- Infraestructuras y recursos para el desarrollo del turismo deportivo

TEMA 4: El producto turístico vinculado a la actividad física

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Crear y diseñar un producto turístico
- Detectar el target de público y sus necesidades
- Detectar las infraestructuras necesarias
- Desarrollar un presupuesto y establecer un precio venta público
- Aprender a utilizar nuevas herramientas tecnológicas para la creación de rutas

Contenido

- Características para el diseño de un producto turístico deportivo
- Creación de los paquetes turísticos: necesidades, infraestructuras, precio, comisiones
- Stage entrenamiento, semi-profesionales y clínicos
- Tecnologías en el diseño de rutas y en la planificación turística

TEMA 5: Promoción y comercialización productos turísticos

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer los canales de comercialización de los productos turísticos deportivos y de ocio
- Conocer la legislación vigente para la comercialización de los productos turísticos
- Reconocer la terminología para los distintos canales de venta (B2B & B2C)
- Desarrollar estrategias para la comercialización de productos turísticos deportivos
- Redactar material para la comercialización

Contenido

- La promoción turística
- Funciones y características de la distribución turística
- Los intermediarios turísticos

TEMA 6: Eventos deportivos

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir los distintos eventos deportivos
- Conocer todos los aspectos necesarios para organizar y comercializar un evento deportivo
- Analizar los diferentes tipos de eventos según su magnitud, repercusión y temporalidad
- Desarrollar modelos adecuados a cada tipo de evento
- Analizar el impacto producido por el evento

Contenido

- Introducción a los eventos deportivos
- Tipos de evento y modelos de organización
- Fases de un evento
- Análisis del impacto ambiental, económico y social de los eventos deportivos

TEMA 7: Las empresas de turismo deportivo y activo

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Distinguir las diferentes empresas turísticas vinculadas al deporte y la más adecuada para cada actividad
- Conocer las gestiones que se necesitan para crear una empresa turística deportiva
- Comprender los sistemas de calidad implantados en las empresas

Contenido

- Tipología de empresas turísticas vinculadas al turismo deportivo y activo
- Creación, implantación y desarrollo de las empresas turísticas vinculadas a la actividad física y el deporte.
- Sistemas de calidad en las empresas de turismo deportivo activo.
- Gestión de los recursos materiales y personales en el turismo vinculado al deporte

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 40% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 60% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- $NF = \text{Nota Examen Final} \times 60\% + \text{Nota Evaluación Continuada} \times 40\%$
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Blanco, D., Teva, M.R y Nuviala, A. (2014). Manual para la Planificación, Dirección y Promoción de Eventos Deportivos. CGD. ISBN 978-84-941807- 4-3.

Cheryl, M. i Adams, L. (2013). Event management in sport, recreation and tourism. Theoretical and practical dimensions. New York: Routledge.

Derry, M., L. Jago y L. Fredline (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same. Journal of Sport Tourism, vol. 9, nº 3., 235-246.

Martin Rojo, I. (2020). Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 6ª edición. Ediciones Pirámide, Madrid.

Sancho, Amparo (2002). "Introducción al Turismo", Editorial O.M.T. en Educación Turística, España.

Organización Mundial del Turismo (1998): Introducción al Turismo. Madrid: OMT

Vogeler Ruiz, C. y Hernández E. (2000). Estructura, operaciones y procesos de producción. Ramón Areces. Madrid.

BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL

Acerenza, Miguel Ángel (2006a): Fundamentos de Marketing Turístico. Sevilla. Trillas.

Acerenza, Miguel Ángel (2006b): Marketing en Ferias Turísticas. Sevilla. Trillas.

- Alberto, C; Hernando, V.; Fernández, J.A. (1996). Gestión y dirección de Empresas Deportivas. Teoría y Práctica. Madrid: Gymnos
- Altés Machín, Carmen (1993): Marketing y turismo: Introducción al Marketing de empresas y destinos turísticos. Serie Gestión turística. Madrid: Ed. Síntesis
- Ayora, D.; García, E. (2004). Organización de Eventos Deportivos. Barcelona: Inde.
- Caamaño, J.E. (2012). Project management: técnicas, herramientas y documentos, Málaga: Vértice.
- Departament d'Empresa i Coneixement (2002) Llei 13/2002 de 21 de juny.
- Echevarría, D. (2011). Manual project managers: cómo gestionar proyectos con éxito. Madrid: Wolters Kluwer
- Gil, Jose (1995). Cómo organizar una competición deportiva. Barcelona. Ed. Flash Books. -Greenwell, C. (2013). Managing Sports Events. Champaign (IL): Human Kinetics.
- García Ferrando, M. (2006). Veinticinco años de análisis del comportamiento deportivo de la población española (1980-2005). Revista Internacional de Sociología, 64(44), 15-38.
- Iglesias Tovar, J. (2000). "Comercialización de Productos y Servicios turísticos". Síntesis, Madrid
- Luque, A. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. Cuadernos de Turismo, 12, 131-149.

WEBGRAFÍA / BLOGS / ETC.

- Ministerio de Economía (1999): Plan Integral de Calidad del Turismo Español, PICTE 2000. Madrid: Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes /Dirección General de Turismo. www.mcx.es/turismo/
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007): Plan de Turismo Español Horizonte 2020. TURISMO 2020 www.turismo2020.es
- Barcelona Turisme. www.barcelonaturisme.com _
- Instituto de Estudios Turísticos (IET). www.iet.tourspain.es
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). www.unwto.org
- Turisme de Catalunya. www.turismedecatalunya.com i www.catalunya.com
- Turisme de Barcelona. www.barcelonaturisme.com
- Asociación Europea de Vías Verdes www.aevv-egwa.org/es
- Boletín oficial del Estado . Directiva Viaje Combinado www.boe.es/doue/2015/326/L00001-00033.pdf