



Código - Asignatura	062216 - Creación de experiencias turísticas				
Tipo	Obligatoria		Curso	2º	
Bloque Temático	Marketing y comercialización		Créditos	6 ECTS	
Docente responsable de la asignatura	Sara Mendez Cano				
Presencial	60 horas	Dirigido	40 horas	Autónomo	50 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

En el siglo XXI el turismo se desarrolla en una transformación permanente para generar nuevas respuestas a los retos que la sociedad plantea. La demanda turística actual, es decir las etapas o ciclos del viaje, se presenta de manera dinámica, heterogénea, informada y participativa. A pesar de la importancia de la ubicación y el precio a la hora de elegir un destino de viaje, hoy en día la experiencia es uno de los factores clave para decidir el desplazamiento a un lugar u otro. Los consumidores actuales buscan experiencias auténticas, únicas y memorables que permitan un mayor disfrute y satisfacción, tanto desde el punto de vista individual como colectivo.

En esta asignatura, a partir de la conceptualización, evolución y análisis de la experiencia vinculada a la actividad turística, se desplegará la importancia de la experiencia turística desde diferentes ópticas o vertientes complementarias. Como, por ejemplo, la visión económica y de mercado focalizada en el rol fundamental del turista a la hora de crear y diseñar experiencias integrales y memorables. En este ámbito, conceptos como la economía de la experiencia o el marketing experiencial permitirán a los alumnos conocer y desarrollar aspectos clave de la asignatura como son la percepción, el sentimiento, el pensamiento, la actuación y la relación entre los turistas, los destinos y las empresas turísticas y de servicios para la creación y el diseño de experiencias turísticas.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB03- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB04- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.



COMPETENCIAS GENERALES

CG03- Tener iniciativa y espíritu emprendedor.

CG04- Tener compromiso ético.

CG09- Trabajar en un contexto internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01- Comprender los principios del turismo y la importancia del impacto sociocultural y medioambiental que se derivan.

CE11- Gestionar la accesibilidad y movilidad de los turistas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer las diferentes tipologías de consumidores y la evolución de sus necesidades y expectativas.
2. Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes.
3. Extrapolar experiencias y tomar decisiones en base a características de diversos modelos turísticos, su potencialidad y su evolución.
4. Conocer los diferentes productos y destinos, especialmente aquellos con una visión innovadora y sostenibles en el medio donde se desarrollan.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

- 1) ¿Qué es una experiencia?
- 2) Innovación Turística: definición y tipos.
- 3) Etapas creación de producto turístico
- 4) Elementos de valor. Modelo BAIN COMPANYY.
- 5) Papel de la administración pública en la creación de producto turístico
- 6) Cliente: segmentación y hipersegmentación. *Buyer persona*.
- 7) Técnicas de creatividad.
- 8) Casos prácticos de experiencias turísticas en el marco de empresas y destinos turísticos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las metodologías de aprendizaje previstas contemplan una diversidad de procesos entre los que cabe destacar aquellos cognitivos vinculados a la comprensión de los principios del turismo y el sistema turístico global, la inclusión de competencias con un mayor componente de capacidades técnicas; así las actividades y dinámicas, tanto de tipo individual como grupal, asociadas para esta asignatura son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudio de casos
- Debate dirigido
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

Actividades

Tipo

Continuada

Única

Semana de entrega

<p>Actividad grupal y presentación*: Creación de una experiencia turística original e innovadora a partir de las técnicas y conocimientos adquiridos. * En el caso de alumnado en evaluación única esta actividad podrá ser individual.</p>	Grupal	30%	40%	Semana 12
<p>Actividad individual: Esta actividad consiste en la resolución de un reto relacionado con la experiencia turística en un destino o empresa.</p>	Individual	20%	-	Semana 10
<p>Actividad individual en el aula referida a los casos de empresa</p>	Individual	10%	-	Semana 5
Examen Final	Individual	40%	60%	Semana de examen
Total		100%	100%	

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.



Centre adscrit

UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA
Grado de Turismo
Curso [2024/25]

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Alcaide, J. C. & Diez, M. (2019), Customer experience: las claves de la experiencia de cliente en la era digital cognitiva. ESIC editorial.

Cornella, A. (2019). Cómo innovar sin ser google. Ed. Profit.

Pine J. & Gilmore J. (1999). The experience economy. Harvard Business.

UNWTO (2012). Manual de desarrollo de productos turísticos.

UNWTO (2016). The transformation power of tourism. Global Report Afiliates.

Fernández-Villarán Ara, A., Rodríguez-Zulaica, A. & Pastor Ruiz, R. (2019). Distribución turística - Las empresas de intermediación en la transformación digital. Editorial Síntesis.