



<b>Codi - Assignatura</b>		<b>063507 - Gestió de turisme cultural</b>			
<b>Tipus</b>	Optativa de menció		<b>Curs</b>	3r	
<b>Bloc Temàtic</b>	Turisme i Cultura		<b>Crèdits</b>	4,5 ECTS	
<b>Docent responsable de l'assignatura</b>			Mercê Civera Pérez		
<b>Presencial</b>	45 hores	<b>Dirigit</b>	30 hores	<b>Autònom</b>	38 hores

## BREU DESCRIPCIÓ

El turisme cultural està en plena expansió i diversificació. Més enllà de la visita a museus o a monuments històrics, el turisme cultural es basa cada cop més en nous recursos culturals i patrimonials, com poden ser el patrimoni immaterial. Entre altres aspectes, el patrimoni es pot considerar un dels recursos bàsics per la configuració de productes culturals d'ús turístic que, sens dubte, contribueixen a millorar la competitivitat de les destinacions, tot ajudant-les a diferenciar-se. La gestió turística cultural, per tant, pot ser la base per a la creació de nous relats de les destinacions o proporcionar elements claus d'atracció pel desenvolupament turístic. Aquesta assignatura s'integra com a continuïtat de la de "Turisme i Patrimoni" i té per objectiu entendre l'ecosistema turístic-cultural. A partir d'aquest context, l'alumne podrà aplicar els coneixements de manera concreta en l'assignatura posterior de recursos de mediació turístic-cultural. D'una banda, l'alumne tindrà una comprensió general dels productes turístics-culturals i espais de presentació del patrimoni aplicats a les diferents tipologies de turisme cultural. De l'altra, adquirirà les claus de la gestió turística per a poder utilitzar aquests recursos de manera sostenible..

## COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB03- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

## COMPETÈNCIES GENERALS

CG02- Tenir visió de negoci.

CG07- Prendre decisions i resoldre problemes, interpretant i avaluant amb esperit crític els resultats obtinguts.



## COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

---

CE11- Gestionar l'accessibilitat i mobilitat dels turistes.

CE12- Identificar, revaloritzar i gestionar el patrimoni cultural i natural per a ús turístic

## RESULTATS D'APRENENTATGE

---

1. Conèixer i identificar les noves tendències en la pràctica d'activitats turístiques.
2. Conèixer instruments i mecanismes per a l'obtenció de recursos financers.
3. Fer servir eines de comercialització turística: Revenue Management, e-màrqueting, web 2.0.
4. Desenvolupar competències relacionades amb la innovació i la creativitat per a la creació de productes i serveis turístics.
5. Elaborar informes de valoració de la tendència dels resultats obtinguts i de l'evolució i les expectatives dels preus dels serveis, d'acord amb la informació econòmica interna i les necessitats de mercat.

## CONTINGUTS TEMÀTICS

---

### BLOC 1. El turisme cultural

- 1.1. Definició de turisme cultural.
- 1.2. Conceptualització del patrimoni
- 1.3. Orígens i desenvolupament del turisme cultural.
- 1.4. Noves tendències de turisme cultural.

### BLOC 2. El patrimoni com a recurs per al turisme cultural

- 2.1. Organitzacions i institucions nacionals i internacionals del patrimoni cultural
- 2.2. Els espais de presentació del patrimoni
- 2.3. Conversió dels recursos culturals a experiències turístiques

### BLOC 3. Gestió turística del patrimoni i del turisme cultural

- 3.1. Reptes de la gestió turística del patrimoni.  
Equilibri entre la conservació i l'ús.
- 3.2. Claus per al desenvolupament de projectes turístics- culturals
- 3.3. Estratègies de turisme cultural



- 3.4. Generació d'ingressos dels espais patrimonials
- 3.5. Comunicació i comercialització del turisme cultural. |

## ACTIVITATS FORMATIVES

---

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contemplen un ampli ventall d'accions diferents a fi de donar resposta a l'assoliment de les competències assignades, i que impliquen el desenvolupament de diferents tipus de capacitats referides a l'aprenentatge de processos i aplicabilitat d'actituds dins de l'entorn de les organitzacions a partir de les activitats següents:

- Classes expositives
- Estudis de casos
- Debat dirigit
- Exercicis pràctics
- Aprenentatge basat en problemes |

## SISTEMA D'AVALUACIÓ

---

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

**Avaluació Contínua:** el procés d'ensenyament – aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

**Avaluació Única:** aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament – aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

Per acollir-se a aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

La planificació de les activitats d'avaluació serà pública pels estudiants des de la data d'inici de l'assignatura.

Activitats	Tipus	Continuada	Única	Setmana d'entrega
Activitat 1. Anàlisi d'un espai d'exposició de patrimoni	Individual	20%	20%	7 <sup>a</sup> setmana
Activitat 2. Creació d'un producte turístic-cultural	Individual (única) i Grupal (continuada)	25%	20%	13 <sup>a</sup> setmana
Activitats d'aula	Individual / grupal	15%	---	A decidir pel professor
Examen Final	Individual	40%	60%	Setmana d'examen
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Per aprovar l'assignatura és requisit indispensable haver obtingut una nota final mínima de "5", sempre i quan l'estudiant hagi realitzat la/es prova/es individual/s establerta/es a l'assignatura. Aquesta/es prova/es o treball/s final/s han d'estar qualificades amb un mínim de "4" per a poder calcular la mitjana de totes les activitats d'avaluació realitzades durant el curs.

### **Revisió i Reavaluació de l'Assignatura**

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura serà imprescindible haver obtingut una qualificació final de l'assignatura entre "4-4,9", i haver-se presentat a la/es prova/es o treball/s final/s individual/s del curs.

El procés de reavaluació només implicarà modificació de l'acta de qualificació final en el cas que la nova prova d'avaluació sigui aprovada i, en qualsevol cas, la qualificació màxima serà de "5". Aquesta qualificació farà mitjana amb la resta de qualificacions de les activitats d'avaluació que hagi realitzat l'estudiant durant el període lectiu corresponent, tenint en compte els percentatges establerts en cada assignatura, configurant la nota final de l'assignatura.

## **FONTS D'INFORMACIÓ**

Block 1.



British Tourist Authority (2001) *Culture and tourism: are we talking the same language?*, BTA, London.

du Cros, H., & McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism*. London: Routledge (3rd edition)..

Donaire, J.A. (2008). *Turismo cultural entre la experiencia y el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Vitel·la.

Llonch, N., Coma, L. & Conill, M. (2017). Turismo cultural: antecedentes, consagración y democratización. In L. Coma & J. Santacana (coords.), *Ciudad educadora y turismo responsable* (p.85-108). Gijón: Trea.

Richards, G. (Ed.) (2007). *Cultural Tourism. Global and local perspectives*. London: The Haworth Hospitality Press.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Richards, G. (2022). *Rethinking Cultural Tourism*. Edward Elgar Publishing Ltd. ISBN 9781035306770

## Block 2.

Ambrose, T. & Paine, P. (2012). *Museum basics*. New York: Routledge.

Barrado-Timón, D. A., & Hidalgo-Giralt, C. (2019). The Historic City, Its Transmission and Perception via Augmented Reality and Virtual Reality and the Use of the Past as a Resource for the Present: A New Era for Urban Cultural Heritage and Tourism?. *Sustainability*, 11(10), 2835.

Barron, P., & Leask, A. (2017). Visitor engagement at museums: Generation Y and 'Lates' events at the National Museum of Scotland. *Museum Management and Curatorship*, 32(5), 473-490.

Desvallées, A. & Mairesse, F. (eds.) ( 2010). *Key concepts of museology*. Paris : Armand Colin.

López-Menchero Bendicho, V.M. (2012). *Manual para la puesta en valor del patrimonio arqueológico al aire libre*. Gijón: Trea

Martín, C. (2009). Los centros de interpretación: urgencia o moda. *Hermes: revista de museología*, 1, 50-59.



Martín, C. (2011). *Los museos, un fenómeno de cambio de milenio. Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*. Valencia: Universitat de Valencia. Disponible en <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/21333/117-130.pdf?sequence=1>

Santacana, J.; Asensio, M.; López, V. i Martínez, T. (2018) (coords.). *La evaluación de las apps en el patrimonio cultural*. Gijón: Trea.

Santacana, J. & Serrat, N. (coord.) (2005). *Museografía didáctica*. Barcelona: Ariel.

Santacana, J. & Llonch, N. (2008). *Museo local: la cenicienta de la cultura*. Gijón: Trea.

Santacana, J. & Martín, C. (coord.) (2011). *Manual de Museografía interactiva*. Gijón: Trea.

Tilden, F.(1957). 3rd edition (1977) *Interpreting our heritage*. The University of North Carolina Press. Chapel Hill.

### Block 3.

Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lampis, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 1-11.

Barrera-Fernández, D., & Hernández-Escampa, M. (2017). Malaga Versus Picasso: Rebranding a City Through Non-material Heritage. In M. T. Albert, F. Bandarin & A. Pereira Roders. *Going Beyond. Perceptions of Sustainability in Heritage Studies* (pp. 277-293). Springer, Cham.

Camarero, M. C. y Garrido, M. J. (2004). *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid: Pirámide.

Carbone, F. (2016). An insight into cultural heritage management of tourism destinations. *European Journal of Tourism Research*, 14, 75-91.

Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.

Fernández, M. y Osácar, E. (coords.) (2009). El turismo cultural en el entorno del patrimonio. *HER&MUS. Heritage and Museography*, 2.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

**PROGRAMA**  
Grau de Turisme  
Curs 2024/25

Hausmann, A. and Schuhbauer, S. (2023). *Basic Guide to Cultural Tourism Marketing: Practice Cultural Management*. Springer. ISBN 13 9783658399733

Iguman, S. (2020) If visitors won't go to Heritage, Heritage must go to visitors. Digitisation of Heritage in time of Corona. In Burini, F. (ed.) *Tourism Facing a Pandemic: From Crisis to Recovery* (pp. 125-132), Bergamo: University of Bergamo.

Imbert-Bouchard, D., Llonch, N., Martín, C. & Osácar, E. (2013). Turismo cultural y apps. Un breve panorama de la situación actual. *HER&MUS. Heritage and Museography*, 13(2), 44-54.

Kotler, N., Kotler P. & Kotler, W. (2016) (2nd edition). *Museum marketing and strategy*. Wiley & Sons.

Llonch, N. & Osácar, E. (2018). *Estrategias de generación de ingresos de los museos y otros espacios de presentación de patrimonio*. Gijón: Trea.

Osácar, E. (2012). Sevilla y Velázquez: puesta en valor de un destino turístico a partir de un icono cultural, *TOUR&HER, Tourism & Heritage*, 1, 93-102.

Osácar, E. (2017). Como poner en valor el patrimonio cultural y natural en proyectos turísticos. In L. Coma & J. Santacana (coords.), *Ciudad educadora y turismo responsable* (p. 195-212). Gijón: Trea.)