



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA
Grado de Turismo
Curso [2024/25]

Código - Asignatura	063507 - Gestión de turismo cultural				
Tipo	Opativa de mención		Curso	3º	
Bloque Temático	Turismo y Cultura		Créditos	4,5 ECTS	
Docente responsable de la asignatura			[Mercè Civera Pérez]		
Presencial	45 horas	Dirigido	30 horas	Autónomo	38 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

El turismo cultural está en plena expansión y diversificación. Más allá de la visita a museos o monumentos históricos, el turismo cultural se basa cada vez más en nuevos recursos culturales y patrimoniales, como pueden ser el patrimonio inmaterial. Entre otros aspectos, el patrimonio se puede considerar uno de los recursos básicos para la configuración de productos culturales de uso turístico que, sin duda, contribuyen a mejorar la competitividad de los destinos, ayudándole a diferenciarse. La gestión turística cultural, por lo tanto, puede ser la base para la creación de nuevos relatos de los destinos o proporcionar elementos claves de atracción para el desarrollo turístico. Esta asignatura se integra como continuidad de la de "Turismo y Patrimonio" y tiene por objetivo entender el ecosistema turístico-cultural. A partir de este contexto, el alumnado podrá aplicar los conocimientos de manera concreta en la asignatura posterior de recursos de mediación turístico-cultural. Por un lado, el alumnado tendrá una comprensión general de los productos turístico-culturales y espacios de presentación del patrimonio aplicados a las diferentes tipologías de turismo cultural. Por otro, adquirirá las claves de la gestión turística para poder utilizar estos recursos de manera sostenible.

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.

COMPETENCIAS GENERALES

CG02- Poseer visión de negocio.

CG07- Tomar decisiones y resolver problemas, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA
Grado de Turismo
Curso [2024/25]

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE11- Gestionar la accesibilidad y movilidad de los turistas.

CE12- Identificar, revalorizar y gestionar el patrimonio cultural y natural para uso turístico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer e identificar las nuevas tendencias en la práctica de actividades turísticas.
2. Conocer instrumentos y mecanismos para la obtención de recursos financieros.
3. Manejar herramientas de comercialización turística: Revenue Management, e-marketing, web 2.0.
4. Desarrollar competencias relacionadas con la innovación y la creatividad para la creación de productos y servicios turísticos.
5. Elaborar informes de valoración de la tendencia de los resultados obtenidos y de la evolución y las expectativas de los precios de los servicios, de acuerdo con la información económica interna y las necesidades de mercado.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

BLOQUE 1. El turismo cultural

- 1.1. Definición de turismo cultural
- 1.2. Conceptualización del patrimonio
- 1.3. Orígenes y desarrollo del turismo cultural
- 1.4. Nuevas tendencias de turismo cultural

BLOQUE 2. El patrimonio como recurso para el turismo cultural

- 2.1. Organizaciones e Instituciones nacionales e Internacionales del patrimonio cultural
- 2.2. Los espacios de presentación del patrimonio
- 2.3. Conversión de los recursos culturales a experiencias turísticas

BLOQUE 3. Gestión turística del patrimonio y del turismo cultural

- 3.1. Retos de la gestión turística del patrimonio.



Equilibrio entre conservación y uso

- 3.2. Claves para el desarrollo de proyectos turístico-culturales
- 3.3. Estrategias del turismo cultural
- 3.4. Generación de ingresos de los espacios patrimoniales
- 3.5. Comunicación y comercialización del turismo cultural

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
Actividad 1. Análisis de un espacio de exposición de patrimonio	Individual	20%	20%	7ª semana
Actividad 2. Creación de un producto turístico-cultural	Individual (única) Grupal (continuada)	25%	20%	13ª semana
Actividades de aula	Individual / grupal	15%	---	A decidir por el profesor
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.

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

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.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA
Grado de Turismo
Curso [2024/25]

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.

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.)