

A large, light gray, stylized profile of a man wearing a beret, looking to the right. The man has curly hair and is wearing a dark jacket. The profile is set against a white background.

Gestión de
destinos turísticos
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de destinos turísticos

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Juan Gabriel Tirado Ballesteros

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

Competencias específicas

CE 1. Analizar los impactos generados por el turismo. Conocer, analizar e implementar técnicas de medición que permitan al estudiante interpretar datos y tomar decisiones ante los efectos positivos y negativos de los impactos generados por el turismo.

CE 3. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas. Conocer las diferentes tipologías de instituciones y su organización interna que intervienen en el sector turístico o que, por su cercanía, pueden estar implicadas en el mismo.

CE 5. Reconocer los principales agentes del turismo. Identificar los principales agentes público y privados a nivel local, nacional e internacional que están implicados en el turismo y las interrelaciones entre los mismo.

CE 6. Evaluar las capacidades potenciales del destino en cuanto a productos y destinos. Conocer y analizar el medio físico y humano en que puede desarrollarse la actividad turística así como los recursos que ofrece un territorio para la misma. Generar la capacidad para inventariar dichos recursos estableciendo la capacidad de carga de un futuro destino o producto turístico así como su sostenibilidad.

CE 13. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos. Comprender los factores que determinan la localización de espacios y destinos turísticos. Aplicar medidas para el desarrollo de dicho destino en función de los principios de la planificación y gestión.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

CE 19. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación. Reconocer las políticas turísticas relacionadas con el sector turístico.

1.2. Resultados de aprendizaje

Se pretende que el estudiante demuestre conocer y poner en práctica los mecanismos para la gestión de destinos turísticos desde la planificación, los modelos y tipología, los actores implicados y sus interrelaciones, las políticas institucionales de referencia y, la difusión y comercialización de los mismos. Para este fin el estudiante realizará una prueba objetiva final, analizará y reflexionará sobre casos prácticos directamente relacionados con la materia y desarrollará un trabajo de investigación que le permitan plasmar estos conocimientos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Conocimientos sobre Creación de productos turísticos y Planificación de destinos turísticos

2.2. Descripción de los contenidos

El objetivo de la materia es formar al estudiante como especialista en gestión de destinos turísticos. Lo que implica el conocimiento de análisis de recursos, tipologías de destinos, planificación y diseño, gestión e imagen, así como el ciclo de vida de un destino turístico. Para ello será necesario conocer los diferentes agentes que participan en la gestión, así como la función de la cooperación entre agentes para el desarrollo exitoso del destino. A partir de esta perspectiva, se tratará de diagnosticar las necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas de los destinos con el fin de realizar planificaciones del sector turístico más consecuentes con el territorio.

2.3. Contenido detallado

Sesión de presentación:

- Presentación de la asignatura
- Explicación de la guía docente
- Explicación de actividades y evaluación

Unidad 1. Elementos definidores, tipologías y evolución de los destinos

Unidad 2. La gestión integral del destino turístico: Dimensiones territoriales y económicas

Unidad 3. Modelos de gestión de destinos e innovación en enfoques de gestión y planificación

Unidad 4. Gobernanza en destinos y *stakeholders* locales

Unidad 5. Identidad de destinos y gestión de la marca turística

Unidad 6. Problemáticas y gestión de espacios turísticos urbanos, litorales y rurales

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Estudio de caso (actividad grupal). En esta actividad, los alumnos/as trabajarán en equipo analizando el caso concreto de un destino español de la elección del profesor/a y llevarán a cabo una presentación en clase de los principales resultados del análisis, que debe incluir los siguientes aspectos: Elementos definidores del destino y diagnóstico de situación, principales problemáticas, organización de la DMO y funciones de los gestores, propuesta de resolución de problemas a partir del análisis realizado (1,5 puntos sobre total)

Actividad Dirigida 2 (AD2): Salida de campo y posterior análisis crítico. Los alumnos/as llevarán a cabo un análisis crítico de la gestión pública de un destino turístico que habrá sido anteriormente visitado en una salida técnica de campo. La visita incluirá reuniones con los gestores en sus instalaciones, explicación y visita física a los principales recursos y centros de potencial conflicto, así como turno de preguntas a los receptores. El trabajo posterior será de carácter individual, analítico y propositivo (2 puntos sobre total).

Actividad Dirigida 3 (AD3): Lectura en clase de artículo científico relacionado con la gestión del turismo en espacios urbanos y litorales y posterior elaboración de reflexión crítica y constructiva que se entregará de manera individual (0,5 puntos sobre el total).

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico-prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	50%
Exámenes parciales	0%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, la media de las actividades dirigidas deberá ser de 5 para poder promediar con el examen final en la convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas literales no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

Se usará el sistema APA (American Psychological Association) para las citas y referencias bibliográficas en todos los trabajos.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Alegre Ávila, J. M., & Blanquer, D. (2002). Ordenación y gestión del territorio turístico [Texto impreso]. Tirant lo blanch.

Cambrils i Camarena, J. C. (2016). La colaboración público-privada en los entes mixtos locales de gestión y promoción turísticas [Texto impreso]: la visión de los socios públicos y privados. Editorial Síntesis.

Hernández Pezzi, C. (1949-). (2018). Turismo [Texto impreso]: ¿truco o trato?: políticas públicas y urbanas para el turismo de masas. Fundación Arquia.

Ivars, J. A., Martínez Gutiérrez, R., Bilbao Laredo, L., & Cantó López, M. T. (2018). Gestión inteligente y sostenible de las ciudades [Recurso electrónico]: gobernanza, smart cities y turismo. Tirant lo Blanch.

- Llurdés i Coit, J. C., & Priestley, G. K. (2007). Estrategia y gestión del turismo en el municipio [Texto impreso]. UAB, Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera.
- Martín Duque, C. (1982-), & Figuerola Palomo, M. (1941-). (2019). Modelos de gestión e innovación en turismo [Texto impreso] (1ª ed.). Aranzadi.
- Martín Torres, M. F., & Fernández Hernández, C. (2008). Planificación y gestión del turismo rural [Texto impreso]: reflexiones desde la experiencia en Canarias. Federación Canaria de Desarrollo Rural.
- Miralbell Izard, O. (2010). Gestión pública del turismo [Recurso electrónico] (1ª ed. en lengua castellana.). UOC.
- Miralbell Izard, O. (2012). Gestión de oficinas de turismo [Recurso electrónico] (1ª ed., 4ª reimp.). UOC.
- Santos Solla, X. M. (2003). La geografía y la gestión del turismo [Texto impreso]: Santiago de Compostela 7 al 8 de noviembre 2002. Universidad.
- Simancas Cruz, M. R. (2016). La planificación y gestión territorial del turismo [Texto impreso]. Síntesis Edifiorial.
- Valls, J.-F. (2004). Gestión de destinos turísticos sostenibles [Texto impreso]. Gestion 2000.

Bibliografía recomendada

- Bornhorst, T., Ritchie, J. R. B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572–589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Dredge, D. (2016). Are DMOs on a path to redundancy? *Tourism Recreation Research*, 41(3), 348–353. <https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1195959>
- Eckert, C., Zacher, D., Pechlaner, H., Namberger, P., & Schmude, J. (2019). Strategies and measures directed towards overtourism: a perspective of European DMOs. *International Journal of Tourism Cities*.
- Hall, C. M., & Veer, E. (2016). The DMO is dead. Long live the DMO (or, why dmo managers don't care about post-structuralism). *Tourism Recreation Research*, 41(3), 354–357. <https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1195960>
- Ivars, J. A., Solsona, F. J., & Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327–346. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.285>
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Pearce, D. G. (2014). Destinos turísticos: conceptos e implicaciones para su gestión en tiempos de cambio. In F. López & G. Cànoves (Eds.), *Turismo y Territorio. Innovación renovación y desafíos* (pp. 21–34). Tirant Humanidades.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: Anarrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
- Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. R. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1–16.
- Sheehan, L., Vargas-Sánchez, A., Presenza, A., & Abbate, T. (2016). The Use of Intelligence in

Tourism Destination Management: An Emerging Role for DMOs. *International Journal of Tourism Research*, 18, 549–557. <https://doi.org/10.1002/jtr>

Trunfio, M., & Della Lucia, M. (2019). Engaging destination stakeholders in the digital era: The best practice of Italian regional DMOs. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(3), 349-373.