



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Codi-Assignatura	062216 - Creació d'experiències turístiques				
Curs	2º	Crèdits	6 cr ECTS		
Bloc Temàtic	Màrqueting i comercialització	Tipus assignatura	Obligatòria		
Hores presencials	48 hores	Hores de treball dirigit	48 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Al segle XXI el turisme es desenvolupa en una transformació permanent per generar noves respostes als reptes que la societat planteja. La demanda turística actual, es a dir les etapes o cicles del viatge, es presenta de manera dinàmica, heterogènia, informada i participativa. **Tot i la importància de la ubicació i el preu a l'hora d'escollir una destinació de viatge, avui dia l'experiència és un dels factors clau per decidir el desplaçament a un lloc o un altre.** Els consumidors actuals busquen experiències autèntiques, úniques i memorables que permetin un major gaudi i satisfacció, tant des del punt de vista individual com col·lectiu.

En aquesta assignatura, a partir de la conceptualització, evolució i anàlisi de l'experiència vinculada a l'activitat turística, es desplegarà la importància de l'experiència turística des de diferents òptiques o vessants complementaris. Com per exemple, la visió econòmica i de mercat focalitzada en el rol fonamental del turista a l'hora de crear i dissenyar experiències integrals i memorables. En aquest àmbit, conceptes com economia de l'experiència o el màrqueting experiencial permetran als alumnes conèixer i desenvolupar aspectes clau de l'assignatura com són la percepció, el sentiment, el pensament, l'actuació i la relació entre els turistes, les destinacions i les empreses turístiques i de serveis per la creació i el disseny d'experiències turístiques.

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.

CB04- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG03- Tenir iniciativa i esperit emprenedor.

CG04- Tenir compromís ètic.

CG09- Treballar en un context internacional.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE01- Comprendre els principis del turisme i els impactes socioculturals i ambientals que se'n deriven.

CE11- Gestionar l'accessibilitat i mobilitat dels turistes.

CONTINGUTS TEMÀTICS

- Que es una experiència?
- Innovació Turística: Tendències actuals en el sector.
- Tècniques de creativitat
- Producte turístic vs Recurs Turístic
- Etapes creació de producte turístic
- **Paper de l'administració pública** en la creació de producte turística
- Client: segmentació i hipersegmentació. Buyer persona.
- Elements de valor. Model Bain company

METODOLOGIA D'APRENTATGE

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contemplen una **diversitat d'estratègies per tal de contribuir a desenvolupar** les competències corresponents. Algunes de les activitats d'aprenentatge que es realitzaran són les següents:

- Classes expositives
- Estudis de casos
- Debats
- Exercicis pràctics
- Aprenentatge basat en problemes



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

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.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

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

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

UNWTO (2012), *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Madrid.

UNWTO (2016), *The transformation power of tourism*, Global Report Affiliates.