



Código-Asignatura	062216 - Creación de experiencias turísticas				
Curso	2º	Créditos	6 cr ECTS		
Bloque temático	Marketing y comercialización		Tipo asignatura	Obligatoria	
Horas presenciales	48 horas	Horas de trabajo dirigido	48 horas	Horas de trabajo autónomo	54 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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 GENÉRICAS



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.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1) ¿Qué es una experiencia?

2) Innovación Turística: Tendencias actuales en el sector.

2) Producto turístico vs Recurso Turístico

3) Etapas creación de producto turístico

a. Territorio. Recursos potenciales y disponibles. Propuesta de valor

b. agentes implicados

4) Papel de la administración pública en la creación de producto turístico

5) Cliente: segmentación y hipersegmentación. Buyer persona.

6) Elementos de valor. Modelo baño compañero

7) Creatividad. Metodologías y técnicas

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una diversidad de estrategias para contribuir a desarrollar las competencias correspondientes. Algunas de las actividades de aprendizaje que se realizarán son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudios de casos
- Debates
- 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.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

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.