



Codi-Assignatura	064535 - Nous mercats turístics emergents i claus de competitivitat				
Curs	4º	Crèdits	3 cr ECTS		
Bloc Temàtic	Empreses i Serveis Turístics		Tipus assignatura	Assignatura Opcional	
Hores presencials	24 hores	Hores de treball dirigit	24 hores	Hores de treball autònom	27 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

La comprensió de les oportunitats i dels reptes del desenvolupament de nous mercats turístics en destinacions emergents avui en dia és crucial per a les empreses turístiques i hoteleres, per tal de garantir el creixement sostenible i una diversificació suficient per satisfer les necessitats dels seus clients.

En aquesta assignatura s'establirà el focus sobre les destinacions i el procés d'internacionalització de les empreses turístiques, juntament amb un anàlisi dels avantatges dels mercats emergents.

Finalment, s'aborda l'enfocament centrat en el client per desenvolupar i fer créixer els nous mercats, analitzar quins són més rellevants i atractius en funció del públic objectiu.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB02- Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG02- Tenir visió de negoci.

CG03- Tenir iniciativa i esperit emprenedor.

CG06- Orientar-se al client.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE06- Analitzar i avaluar el potencial turístic per al disseny de productes, serveis i projectes.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Grau de Turisme

CE10- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE14- Identificar i gestionar els aspectes interns, funcions i processos operatius de les unitats de negoci turístiques.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Contextualització del turisme actual en un món VUCA (*volatility, uncertainty, complexity and ambiguity*)
2. Internacionalització d'una empresa turística. Anàlisi de diversos casos rellevants
3. Principals característiques i reptes futur del turisme.
4. Gestió de crisi turístiques.
5. Turisme en mercats emergents.
6. Anàlisi de el paper de les principals institucions financeres internacionals (IFI) i organismes internacionals (IIOO) en la promoció del turisme en les economies emergents.
7. Mercats turístics emergents rellevants amb impacte regional: Sud-àfrica, Cuba, Colòmbia i Perú.
8. Ciutats hub emergents: com s'estan convertint en actius turístics? El cas de Singapur.
9. Els nous turistes.
10. Nous escenaris i tendències turístiques posteriors a la crisi de l'Covid-19.

METODOLOGIA D'APRENTATGE

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contempen 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

SISTEMA D'AVUACIÓ

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

UNWTO Tourism Towards 2030, Global overview

UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition

World Travel Market Global Trends Report, 2014, Passport Euromonitor International

The new online travel consumer, Passport Euromonitor international

The Chinese Outbound Travel Market – 2012 Update. Published by the World Tourism Organization and the European Travel Commission

The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. Published by the World Tourism Organization and the European Travel Commission

Josefová, A. ,Styrsky J., 'Multiculturalism in current tourism: Can tourism and travelling help to improve tolerance and understanding?', SHS Web of Conferences, 2016

Lanquar, Robert (2013). MEDPRO Report 'Tourism in the Mediterranean: Scenarios up to 2030'

CrescentRating & Mastercard (2019) 'Muslim Travel Index 2019'.

UNWTO (2019) 'World Tourism Barometer', Volume 13 (January, April, June)

UNWTO Tourism towards 2030

World Travel Market Global Trends Report, 2014, Passport Euromonitor International

Thomson Reuters & DinarStandard (2019/20). 'State of the Global Islamic Economy Report' (pages. 75-88)

Amadeus Halal Travellers Report, 2016



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT Grau de Turisme

Latin America Initiative at Brookings, Kimberly Green Latin American and Caribbean Center (2016), 'Tourism in Cuba, Riding the Wave Toward Sustainable Prosperity'

Ministry of Tourism of South Africa (2016), 'NATIONAL TOURISM SECTOR STRATEGY 2016 – 2026'