



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Innovación en Gestión del Turismo

Código -Asignatura	540013 – Alimentos y Territorio: Turismo Gastronómico		
Curso	1	Créditos	6 ECTS
Bloque Temático	Turismo cultural	Tipo de asignatura	Optativa
Horas presenciales	42 horas	Horas de trabajo autónomo	108 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El interés por la gastronomía se ha convertido en motivación principal de los desplazamientos turísticos, y en una importante apuesta por el desarrollo socioeconómico y la sostenibilidad cultural y medioambiental por parte de muchos territorios. La asignatura *Alimentos y territorio: turismo gastronómico* pretende aproximar al alumno a la realidad de los fenómenos turísticos vinculados a la alimentación y la gastronomía, entendidas como signo cultural distintivo de las sociedades y como elemento de producción y caracterización del paisaje.

Se hará especial hincapié en los aspectos que se relacionan con la evolución y el auge reciente de dichos fenómenos, con las diferentes formas que está adquiriendo, con las implicaciones que se derivan del análisis geográfico de los territorios productivos susceptibles de convertirse en espacios turísticos y, muy especialmente, con la conversión del patrimonio gastronómico en elemento clave del desarrollo territorial y motivación esencial de los desplazamientos turísticos.

En última instancia, la asignatura pretende establecer un marco de conocimiento y un espacio de análisis de experiencias sobre el contexto geográfico de la producción agroalimentaria, vinculando éste al desarrollo local y a la trascendencia territorial, económica y social de las actividades ligadas a la gastronomía, para dotar al alumno de herramientas que le permitan desarrollar proyectos innovadores de promoción, investigación y gestión del patrimonio gastronómico vinculadas al turismo.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG2- Trabajar en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1- Comprender los principios del turismo y del patrimonio cultural y la importancia del impacto sociocultural y medioambiental que se deriva de ellos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

CE6- Analizar y evaluar el potencial turístico de los recursos culturales, gastronómicos y del territorio para el diseño de productos, servicios y proyectos innovadores.

CE7- Planificar y desarrollar estrategias y acciones de venta y comunicación de proyectos turísticos.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Gastronomía y actividad turística: características y evolución del fenómeno.
2. Cuestiones conceptuales y terminológicas: turismo gastronómico, turismo culinario, enoturismo, producto local, “terroir”, destino gastronómico. El turismo gastronómico como objeto de estudio.
3. Recurso, atractivo y producto turístico: la valorización turística de los productos y las cocinas locales.
4. Producción agroalimentaria, marcas de protección y desarrollo turístico.
5. La degustación como herramienta de valor turístico: cocina, restaurantes y turismo.
6. Ferias, mercados locales y circuitos cortos de comercialización del producto local.
7. Rutas gastronómicas.
8. Turismo del vino. Creación, gestión y comercialización de productos enoturísticos.
9. Paisajes productivos y turismo: oleoturismo, holeriturismo, turismo rural.
10. El turismo gastronómico como herramienta de desarrollo territorial.
11. La comunicación del turismo gastronómico: guías gastronómicas, señalización e información turística.
12. Presentación y análisis de experiencias enoturísticas de éxito.

METODOLOGIA DE APRENDIZAJE

La metodología de aprendizaje de la asignatura está basada en exposiciones de conceptos e ideas, complementadas con ejemplos y casos prácticos de aplicación, además de discusiones en grupo y actividades en el aula y autónomas.

Se fomentará de manera especial la participación de los alumnos y la discusión sobre los temas propuestos. Será fundamental la colaboración del alumno con el seguimiento de las lecturas y ejercicios propuestos, a fin de contribuir a que la participación en clase sea fundamentada y ágil.

Se estimulará el espíritu de investigación y documentación y la capacidad de trabajar de forma autónoma, mediante la elaboración de ejercicios y trabajos por parte del alumno, tanto dentro como fuera de clase.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Innovación en Gestión del Turismo

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Sistemas de evaluación	Continua	Única
Actividad 1 (individual)	30 %	40%
Actividad 2 (grupal)	30%	---
Actividad Final (individual)	40%	60%

Proceso de revisión y re-evaluación

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

En el supuesto de que el estudiante no consiga lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

Tener una calificación igual o superior a 5 de la media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta las pruebas finales (sea evaluación continua o única) haberse presentado a la prueba final.

Tener una calificación mínima de “4” de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación que se podrá obtener es un “5” de nota final de la asignatura.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICAS

ÁLVAREZ, M. y MEDINA, F-X. (eds) (2008), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Ed.Icaria.

ARMESTO LÓPEZ, X. A. Y GÓMEZ MARTÍN, B. (2001). "Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat". *Cuadernos Geográficos*, 34, 83-94.

BELL, D. y VALENTINE, G. (2013) *Consuming Geographies: We Are Where We Eat* (1ª ed. 1997), Routledge, 2013

BESSIÈRE, J. (2006). "Terroir, gastronomie et tourisme: manger ailleurs, manger « local »: la fonction touristique de la gastronomie de terroir". *Espaces, tourisme et loisirs*, 242, 16-21.

BONIFACE, P. (2003), *Tasting tourism: travelling for food and drink*, Ashgate Publishing Ltd.

CARLSEN, J., CHARTERS, S. (2007), *Global wine tourism: research, management and marketing*, Cabi Publishing Series.

CROCE, E. y PERRI, G. (2010), *Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory*, CAB International

ELIAS PASTOR, L. V. (2006). *El turismo del vino: Otra experiencia de Ocio*. Universidad de Deusto.

ESPEITX, E. (2004). "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular". *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (2), 193-213.

GARCÍA MARCHANTE, J, GARCÍA HERNÁNDEZ, M., TROITIÑO, M.A. (2008), *Destinos turísticos: viejos problemas ¿nuevas soluciones?* Univ. de Castilla-La Mancha.

GETZ, D., ANDERSSON, T, ROBINSON, R., VUJICIC, S. (2014), *Foodies and food tourism*, Goodfellow Publ.

GILLESPIE, C. (2001), *European gastronomy into the 21st century*, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed.

HALL, C. M. (2004), "Wine, food, and tourism marketing", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 14, nº 3/4, Routledge Ed.

HALL, C. M., SHARPLES, L., MITCHELL, R., MACIONIS, N. Y CAMBOURNE, B. (2003), *Food Tourism Around the World*. Elsevier.

HALL, C. M. Y GOSSLING, S. (Eds.) (2013), *Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality*, Routledge Eds.

HJALAGER, A-M., RICHARDS, G. (2002), *Tourism and gastronomy*, Routledge Eds.

LONG, L.M. (2004), *Culinary tourism*, University Press of Kentucky.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Innovación en Gestión del Turismo

MEDINA, F. X. y TRESSERRAS, J., (Eds.) (2007), Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo, IBERTUR, Universitat de Barcelona/Institut Europeu de la Mediterrània, Barcelona.

Medina, F.X., Serrano, D. y Tresserras, J. (2011), Turismo del vino: Análisis de casos internacionales, Universitat Oberta de Catalunya.

MICHAEL HALL, C., SHARPLES, L (Ed.) (2003), Food tourism around the world: development, management, and markets, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed. 2003

MICHAEL HALL, C., SHARPLES, L. (2008), Food and Wine Festivals and Events Around the World, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed.

MORA, P., CASTAING, Y. (2006), Buenas prácticas en marketing del vino: 20 estudios de casos de vinos del mundo, Mundi-Prensa Libros.

NORRILD, J.A. (2003), Gastronomía y turismo. Cultura al plato, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Universidad de Texas.

OMT (2012). Global Report on Food Tourism, AM Reports, Vol. 4.

http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf

RIBES, Fr. (ed.) (2012), Guía del turismo gastronómico en España, Ed. Anaya.

SIDALI, K.L., SPILLER, A. y SCHULSE, B. (Eds.) (2011), Food, Agri-Culture and Tourism: Linking Local Gastronomy and Rural Tourism: Interdisciplinary Perspectives, Ed. Springer.

SCHLÜTER, R. (2006). Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva, Editora Argentina.
http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo_y_patrimonio.pdf