



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

FICHA DE LA ASIGNATURA

Titulación: GRADO EN TURISMO			
Departamento: Geografía Humana			
Nombre de asignatura: ITINERARIOS E INFORMACION TURISTICA		Código: 800040	Tipo: Optativa
Nivel: GRADO	Curso: 3º-4º	Semestre: 2º	Créditos ECTS: 6.0
Coordinador/a de la asignatura María del Carmen Mínguez García cminquez@ghis.ucm.es			
Objetivos: <ul style="list-style-type: none">- Adquirir conocimientos, técnicas y metodologías para el diseño de rutas turísticas.- Conseguir los conocimientos teóricos sobre los diferentes tipos y enfoques de mercados e itinerarios turísticos.- Alcanzar las habilidades para elaborar instrumentos que permitan conocer los recursos susceptibles de intervenir o ser puestos en valor en los itinerarios turísticos.- Identificar y gestionar itinerarios turísticos.- Conocer cómo los itinerarios indican en la creación de los destinos.- Analizar los impactos generados por los itinerarios.- Manejar críticamente las metodologías para comunicar información turística y para diseñar itinerarios.- Diseñar un itinerario turístico.- Profundizar en el papel de las nuevas tecnologías al servicio de la información turística.- Desarrollar las técnicas y metodologías para la difusión de la información.			

Competencias o destrezas que se van a adquirir:

Generales

- CG1: Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2: Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
- CG4: Razonamiento crítico.
- CG6: Trabajo en equipo.

Otras competencias

- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de gestión de la información.
- Trabajo en un contexto internacional.
- Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.
- Conocimiento de otras culturas y costumbres.
- Sensibilidad hacia temas medioambientales.
- Compromiso ético.
- Motivación por la calidad.

Prerrequisitos para cursar la asignatura:

Ninguno

Breve descripción de contenidos:

La asignatura se estructura en dos partes bien diferenciadas. La primera de ellas pretende desarrollar la capacidad de analizar y diseñar itinerarios turísticos. Para ello se han de conocer los recursos, de marcado carácter territorial, que se van a poner en valor y también los agentes implicados. Asimismo, se han de saber manejar las técnicas y metodologías para su diseño y desarrollo. En la segunda parte se busca desarrollar estrategias de comunicación de la información turística, como clave en la puesta en valor de los recursos, al tiempo que se analizará el papel que las Nuevas Tecnologías juegan unidas a la comunicación.

Tema 1º: Los itinerarios turísticos

1.1 Conceptos y características generales.

1.2 Tipologías y criterios de clasificación.

Tema 2º: Planificación de itinerarios turísticos

2.1 Objetivos, metodología y fuentes para la elaboración de itinerarios.

2.2 Diseño, ejecución y evaluación de los itinerarios turísticos.

2.3 Gestión de la ruta y agentes implicados.

2.4 Estrategias e instrumentos para la comercialización y la promoción.

Tema 3º: La información turística

3.1 Conceptos y características generales.

3.2 Formas de comunicación.

Tema 4º: La profesionalización de la información turística

4.1 Objetivos, metodologías y estrategias para la difusión de la información.

4.2 Agentes implicados y profesionales de la información turística.

4.3 Estrategias e instrumentos para la información turística.

4.4 Recursos para la comunicación: las nuevas tecnologías.

Tema 5º: Estudios de casos

Bibliografía básica:

Albacete Sáez, C y Herrera Fernández, M (2012): Las tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico: una aproximación al uso de las redes sociales. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.

Alonso Otero, F (2009) Santiago y los Caminos de un paisaje cultural. Una cultura del paisaje, Boletín de la AGE, pp. 203-218

Gómez Prieto, J y Quijano Díaz, C (1991): Rutas e itinerarios turísticos en España. Madrid, Ed. Síntesis.

Hernández Ramírez, J. (2011): Los caminos del Patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales, Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural, 9- 2, pp. 225-236

ICOMOS (2002): Encuentro científico internacional sobre Itinerarios Culturales. Identificación, promoción e Inventario de Itinerarios Culturales Actas del Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC), 1.

Leno Cerro, F. (1992). Técnicas de evaluación del potencial turístico, Madrid, Secretaría General de Turismo.

López Guzmán, T.J.; Lara de Vicente, F.; Merinero, R., (2006): Las rutas turísticas como motor de desarrollo local. El caso de la Ruta de El Tempranillo, Estudios Turísticos, 137, pp. 131-145

Maak, K. (2009): El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escaso desarrollo turístico: El caso del Camino de Santiago, Cuadernos de Turismo, 23, pp. 149-171

Morère Molinero, N (2012) Sobre rutas históricas e itinerarios culturales en el turismo, Revista de Análisis Turístico, nº 13, pp. 57-68

Pulido, J. I. (2006). Por qué no funcionan turísticamente algunas rutas o itinerarios culturales, IAPH, pp. 109-114

Rengifo Gallego, I, (2006): Rutas culturales y turismo en el contexto español, IAPH, pp. 114-125

Santos Solla, X.M. (2006): El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. Cuadernos de Turismo, 18, pp. 135-150

Torres Bernier, E. (2006): Rutas culturales. Recurso, producto y destino turístico, IAPH, pp. 84-97

Actividades Formativas y su peso en créditos ECTS (indicar en cada apartado el número de ECTS que corresponden):

Asistencia y participación activa en clase: 2,5

Trabajo guiado: 0,25

Trabajo autónomo del/la alumno/a: 1,5

Trabajo grupal del/la alumno/a: 1,5

Otras actividades: 0,25

Sistemas de evaluación (indicar en cada apartado el porcentaje que corresponde):

Se seguirá el proceso de evaluación continua y la proporción valorativa de las pruebas o trabajos se ajusta al peso de las actividades ECTS.

Ninguna prueba supera el 50% del total de la calificación y cada una de las partes ha de estar superada para poder hacer media.

I. Se realizará una prueba escrita donde estarán reflejados los contenidos teóricos (50%)

II. Trabajo de grupo (30%)

III. Presentación de los trabajos (10%)

IV. Asistencia y participación en las actividades del curso (10%)

Idioma en que se imparte: español

Más información: