



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

GRADO EN TURISMO

Asignatura	ITINERARIOS E INFORMACIÓN	Código	800040
Módulo	Formación complementaria en Turismo.	Materia	Formación complementaria en planificación y destinos.
Carácter	Optativa	Créditos	6.0
Curso	3º-4º	Semestre	2º

Departamento Responsable	GEOGRAFÍA
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "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.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

Ninguno

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)

- 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 *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

Generales

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

Específicas:

- 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.



**CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)**



Tema 1 Los itinerarios turísticos

- 1.1 Conceptos y características generales.
- 1.2 Tipologías y criterios de clasificación.

Tema 2 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 3 La información turística

- 3.1 Conceptos y características generales.
- 3.2 Formas de comunicación.

Tema 4 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 5 Estudios de casos

ACTIVIDADES DOCENTES	CRÉDITOS ETCS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	2.5	100%
Trabajo guiado	0,5	55%
Trabajo autónomo del/la alumno/a	1.5	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	1	0
Otras actividades	0,5	

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	50%
Trabajo e informes	40%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

RECURSOS

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.
- Gómez Prieto, J y Quijano Díaz, C (1991): Rutas e itinerarios turísticos en España. Madrid, Ed. Síntesis.
- Leno Cerro, F. (1992). Técnicas de evaluación del potencial turístico, Madrid, Secretaría General de Turismo.
- 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
- Torres Bernier, E. (2006): Rutas culturales. Recurso, producto y destino turístico, IAPH, pp. 84-97

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Alonso Otero, F (2009) Santiago y los Caminos de un paisaje cultural. Una cultura del paisaje, Boletín de la AGE, pp. 203-218
- 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
- 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
- Santos Solla, X.M. (2006): El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. Cuadernos de Turismo, 18, pp. 135-150

Idioma en que se imparte

Castellano

Otra información

Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre.

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

Cronograma de la Asignatura

Ejemplo de las cuatro primeras semanas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*.

*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
- Las clases *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.

