



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

DE MADRID



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Planificación y gestión del turismo urbano y cultural.	Código	800041
Módulo	Formación complementaria en Turismo.	Materia	Formación complementaria en planificación y destinos.
Carácter	optativa	Créditos	6
Curso	3º 4º	Semestre	2º

Departamento Responsable	Geografía
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/grado

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

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

El objetivo central de la asignatura es dotar al alumno de los conocimientos básicos que le permitan intervenir en trabajos relacionados con la planificación y gestión turística de las aglomeraciones urbanas, en especial en las temáticas relacionadas con el turismo cultural.

De forma específica, se pretende que el alumno sea capaz de diagnosticar los principales problemas turísticos a los que se enfrentan las ciudades, conozca en términos operativos los principales planteamientos que guían la intervención actual sobre este tipo de destinos (concertación, desarrollo urbano...), maneje las principales enfoques de la planificación de los urbanos y su instrumental asociado (planes estratégicos, planes urbanísticos...), esboce estrategias globales de actuación turística en función de la ciudad y su problemática detectada, diseñe en sus rasgos básicos medidas de actuación que hagan operativas las estrategias globales en función de los objetivos adoptados, y proponga modelos sencillos de gestión a efectos de cumplir con los objetivos de desarrollo turístico planteados.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)

- 1. Las ciudades. Procesos y estructuras urbanas.** Conceptos previos para el análisis del espacio urbano. El proceso de urbanización. Estructura intraurbana. Sistema interurbano. Tipos de ciudades.
- 2. Turismo cultural y otras modalidades asociadas al turismo de ciudad.** Aproximación general al turismo cultural. Turismo de negocios - MICE. Otras modalidades complementarias (turismo religioso, juego, turismo idiomático...). Tipos de destinos turísticos urbanos.
- 3. La ciudad como destino turístico.** El sistema turístico urbano: esquemas y propuestas analíticas. Componentes principales del sistema: visitantes, oferta turística de orientación comercial y otros componentes del sistema. Los impactos del turismo sobre la ciudad. Las escalas del turismo urbano y la plasmación espacial de la actividad turística.
- 4. El turismo en las políticas urbanas.** El turismo en la agenda política urbana. Principales vectores de competitividad turística. Planeamiento urbanístico y turismo. Planificación estratégica y turismo. Políticas culturales y turismo. Accesibilidad y movilidad.
- 5. Las políticas turísticas de rango urbano.** Génesis y evolución de la política turística de ciudad. Planes y programas de desarrollo turístico. Entidades de gestión turística. Grandes líneas de intervención turística.

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

Generales:

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



CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

Específicas:

CE5 Aplicar metodología de investigación para resolver los problemas empíricos que se plantean en el ámbito del turismo

Resolver problemas a través de métodos científicos para ser capaces de identificar y manejar las distintas variables necesarias para el análisis de realidades complejas

CE7 Reconocer los principales agentes turísticos

Adquirir conocimientos relacionados con la identificación global de los diferentes agentes que participan activamente en la configuración del mercado turístico para identificar qué actor puede resolver las cuestiones surgidas en el ejercicio de la actividad y poder presentar y negociar ante distintos actores proyectos turísticos

CE17 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos

Conocer las particularidades geográficas, sociales, económicas, políticas, culturales y de recursos de los espacios y destinos turísticos para su promoción y desarrollo

CE18 Analizar los impactos generados por el turismo y gestionar el territorio de acuerdo con los principios de sostenibilidad

Estudiar los impactos del turismo y concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, socio-culturales y económicos para asegurar los principios de sostenibilidad

CE20 Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

Conocer las TIC como herramientas esenciales para la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo.

CE21 Conocer los objetivos, estrategias e instrumentos públicos de planificación para comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado
Comprender las consecuencias y oportunidades que se desprenden de los planes públicos para poder intervenir en la elaboración e implantación de planes de desarrollo turístico o aprovechar la acción de las administraciones sobre la planificación turística

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	35
Trabajo e informes	55
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
<p>Ashworth, G. J. y Page, S. J. (2011). "Urban Tourism Research: Recent progress and current paradoxes". <i>Tourism Management</i>, 32, 1- 15.</p> <p>Calle Vaquero, M. de la (2002). La ciudad histórica como destino turístico. Ariel. Barcelona.</p> <p>Du Cros, H. y McKercher, B. (2015): <i>Cultural Tourism</i>. Londres: Routledge.</p> <p>Edwards, D., Griffin, T. y Hayllar, B. (2008). "Urban Tourism Research. Developing an Agenda". <i>Annals of Tourism Research</i>, Vol. 35, no 4, 1023- 1052.</p> <p>Exceltur (2013). <i>Urbantur 2012. Monitor de Competitividad Turística de los Destinos Urbanos Españoles</i>. http://www.exceltur.org</p> <p>Hayllar, B.; Griffin, B.; Edwards, D. (2008). <i>City Spaces - Tourist Places. Urban Tourism Precincts</i>. Elsevier.</p> <p>ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005): <i>El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea</i>. OMT. Madrid.</p> <p>Richards, G. (2001, ed). <i>Cultural Attractions and European Tourism</i>. CAB International. Wallingford.</p> <p>Pulido Fernández, J.I. (coord.); Calle Vaquero, M. de la; Velasco González, M. (2013). <i>Turismo cultural. Síntesis</i>. Madrid.</p> <p>Smith, M. K. (2009). <i>Issues in cultural tourism studies</i>. Routledge.</p>



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Agulles, J. M. (2016). *La destrucción de la ciudad*. Madrid: Catarata.
- Cazes, G.; Potier, F. (1996). *Le tourisme urbain*. París. Presses Universitaires de France.
- de la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), 2.
- Dinnie, K. (ed.) (2001). *City Branding*. Theories and cases. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hoffman, L.M.; Fainstein, S.F.; Judd, D.R. (eds.) (2003). *Cities and visitors: regulations people, markets, and city space*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Page, S. (1995). *Urban tourism*. Routledge. Londres.
- Pearce, D. G. (2001). An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946.
- Piñeira, M. J., Fernández Tabales, A. y Mínguez, C. (2020). "Vulnerabilidad y turistificación ¿quiénes son los perdedores del centro urbano?". En Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). *Sostenibilidad turística: overtourism vs undertourism*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).
- Solsona Monzonís, J.; Pardellas de Blas, X. (directores) (2012). *La actividad turística española en 2011 (Edición 2012)*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo – Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- Valle Tuero, E. del; López Olivares, D. (2011). *La actividad turística española en 2010*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo – Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
- Vera Rebollo, J.F. -coord.-; López Palomeque, F.; Marchena, M.; Antón, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2012). *Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project*. UNWTO, Madrid. AM Reports: VolumeSix.
- TURESPAÑA (2001): *Turismo cultural*. Serie Estudios de Productos Turísticos. Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA). Madrid.
- TURESPAÑA (2007): *Turismo cultural de ciudad y de city break en España*. Serie Estudios de Productos Turísticos. Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA). Madrid.

SECRETARÍA DE
COMERCIO Y TURISMO



Idioma en que se imparte				
Castellano				
Otra información				
<p>Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21</p> <p>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.</p> <p>https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60</p>				
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
<p>La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:</p> <p>Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.</p> <p>Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.</p> <p>El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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*. <p>*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.</p> <p>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.</p> <p>Duración de las clases:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos. ➤ Las clases <i>online</i> tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos. 				

