



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**TURISME CULTURAL I DE
CIUTAT**

Any acadèmic 2013-14

Informació general de l'assignatura

Denominació	TURISME CULTURAL I DE CIUTAT
Codi	102633
Semestre d'impartició	1r Q Avaluació Continuada
Caràcter	Optativa
Nombre de crèdits ECTS	6
Crèdits teòrics	4
Crèdits pràctics	2
Departament/s	Geografia i Sociologia
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.
Idioma/es d'impartició	Català
Distribució de crèdits	Hores presencials: 60 Hores no presencials: 90
Horari de tutoria/lloc	A concretar via correu electrònic o al finalitzar les classes

PAUL AGUSTI, DANIEL

Informació complementària de l'assignatura

L'assignatura pretén mostrar les peculiaritats del turisme cultural i del turisme de ciutat. Es pretén així que els alumnes disposin d'eines que els permetin conèixer les principals claus de la gestió d'aquestes tipologies turístiques. Per aquest motiu l'assignatura aportarà especificitats sobre gestió i els impactes dels equipaments especialment en l'espai urbà. Una bona part de l'assignatura serà de caràcter pràctic, amb visites a diversos equipaments culturals.

Objectius acadèmics de l'assignatura

En aquesta assignatura es pretén que els estudiants assoleixin els objectius següents:

- 1.- Prendre consciència de la importància d'una bona gestió del turisme cultural
- 2.- Mostrar diverses estratègies que poden ajudar a l'èxit del turisme cultural
- 3.- Analitzar les peculiaritats de l'espai urbà i com aquest espai urbà pot acollir els fluxos turístics

Competències

- 1.- Analitzar, sintetitzar i interpretar en turisme
- 2.- Seleccionar i utilitzar les tecnologies de la informació y la comunicació mes adequades a cada situació
- 3.- Recollir i seleccionar informació de manera eficaç i eficient
- 4.- Analitzar i reflexionar sobre la dimensió transversal del turisme y el seu caràcter evolutiu
- 5.- Analitzar les implicacions ètiques del turisme
- 6.- Identificar elements rellevants procedents d'altres cultures i la diversitat de costums existents
- 7.- Analitzar les característiques i iniciatives de la direcció, gestió y planificació turística
- 8.- Llegir, comprendre i comentar textos científics

Continguts fonamentals de l'assignatura

- Tema 1.- Marc conceptual del turisme cultural (3 sessió)
- Tema 2.- Diferències entre patrimoni cultural i recurs cultural (2 sessió)
- Tema 3.- Relacions entre turisme, patrimoni i territori (1 sessió)
- Tema 4.- Grans tendències del mercat turístic (2 sessió)
- Tema 5.- El turisme cultural com estratègia de desenvolupament (1 sessió)
- Tema 6.- Ciutat i cultura (2 sessió)
- Tema 7.- El paper de la cultura en les polítiques urbanes (2 sessió)
- Tema 8.- Entendre la ciutat. Història de la ciutat (3 sessió)

Eixos metodològics de l'assignatura

Els principals eixos metodològics de l'assignatura seran els següents:

1. Nivell de coneixements general assolit en matèria de processos i tècniques relacionades amb la gestió del turisme cultura i del turisme urbà. S'avaluarà a partir d'un examen final. Superar el 5 de mitjana final i almenys el 3'5 de nota de l'examen és requisit per superar l'assignatura.

2. Assistència i aprofitament de les sortides realitzades durant el curs a diversos equipaments culturals. Per cada visita es farà un treball pràctic relacionat amb la visita.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

- Classes teòriques (els dimarts): 32 hores + 2 hores examen

- Pràctiques:

- Presentacions: 4 hores

- Sortida llarga (data a concretar): 10 hores

- Sortides curtes (data a concretar): 12 hores

Sistema d'avaluació

Examen: 50% (hi ha recuperació)

Presentacions orals: 25%

Assistència i aprofitament de les sortides: 25%

Bibliografia i recursos d'informació

BAILEY, Christopher; MILES, Steven & STARK, Peter. Culture-led urban regeneration and the revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and North East of England. *International Journal of Cultural Policy*, 2004, vol. 10, núm. 1, p. 48-65.

BALLÉ, Catherine & POULOT, Dominique. *Musées en Europe. Une mutation inachevée*. Paris: la Documentation française, 2004.

BERGMANN, Bettina & KONDOLEON, Christine. *The Art of Ancient Spectacle*. Washington D. C: National Gallery of Art, 1999.

BETTEGA, Emilie. *Place et rôle des bibliothèques au sein des politiques culturelles en France, en Espagne et en Italie* Diplôme de conservateur de bibliothèque, 2008.

CHALIP, Laurence. Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 2006, vol. 11, p. 109-127.

EVANS, Graeme. Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration, *Urban Studies*, 2005, vol. 42, núm. 5/6, p. 959-983.

FERRARI, Sonia, *Event Marketing: I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. Padova: Casa editrice dott. Antonio Milani, 2002.

GANAU, Joan; RIERA, Pilar & PAÛL, Daniel. La distribución de la economía creativa y del conocimiento en Catalunya. *Actas del las V Jornadas de Geografía económica*. Girona, Universitat de Girona, 2012.

GIL DE ARRIBA, Carmen. Capitales culturales europeas. El concepto europeo de cultura en relación con algunos procesos actuales de renovación simbólica y de transformación urbana. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 20 de octubre de 2010, vol. XIV, nº 339. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-339.htm>>.

- GOLD, John R. & GOLD, Margaret M. *Cities of Culture. Staging International Festivals and the Urban Agenda, 1851 – 2000*. Aldershot: Ashgate, 2005.
- GUALA, Chito. *Mega Eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana*. Roma: Carocci editore, 2007.
- GUALA, Chito. Per una tipologia dei mega-eventi. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2002, vol. VII, núm. 4, p. 743-756.
- HALL, C. Michael. The definition and analysis of hallmark tourist events, *GeoJournal*, 1989, núm 19, p. 263-268.
- HERRERO, Luís César. La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional, *Investigaciones Regionales*. 2011, núm. 19, p. 177-202.
- HILLER, Harry H. Mega-events, urban boosterism and growth strategies: an analysis of the objectives and legitimations of the Cape Town 2004 olympic bid, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2000, vol. 24, núm. 2, p. 449-458.
- HILLER, Harry. H. The urban transformation of a landmark event, *Urbans Affairs Quarterly*, 1990, vol 26, núm. 1, p. 118-137.
- INSTITUT DE CULTURA DE BARCELONA – ICC CONSULTORS CULTURALS, S.L. *Nous accents 2006. Elements per a una revisió del Pla Estratègic del sector cultural de Barcelona*. Barcelona: Institut de Cultura de Barcelona, 2006.
- LANGEN, Floris & GARCIA, Beatriz *Measuring the Impacts of Large Scale Cultural Events: A Literature Review*. Liverpool: Impacts 08 Background report, 2009.
- LECROART, Paul & SALLET-LAVOREL, Hélène. *L'impact des grands évènements sur le développement des métropoles*. Barcelona: World Association of the Major Metropolises – Metropolis, 2002.
- MASBOUNGI, Ariella. The project production process in Europe, *Urbanistica*, 2005, núm. 126, p. 18-24.
- MC NEILL, Donald *Urban Change and the European Left. Tales from the New Barcelona* London: Routledge, 1999.
- MONCLÚS, Javier & GUÀRDIA, Manuel (ed.) *Culture, urbanism and planning*. Aldershot: Ashgate, 2006.
- PAÜL, Daniel. La comunicació de los museos y su relación con las políticas culturales de las ciudades. Entre la repetición de estrategias y la innovacion. In ARRIETA, Iñaki (ed.). *Legitimaciones sociales de as políticas patrimoniales y museísticas*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2011, p. 189-201.
- PAÜL, Daniel. *L'oferta cultural en les polítiques de màrqueting de les ciutats*. [En línia]. Tesi doctoral dirigida per Joan Ganau Casas. Lleida: Universitat de Lleida, 2009. <<http://www.tdx.cat/TDX-1020109-153413/>>.
- PAÜL, Daniel & GANAU, Joan. *Museos y promoción de ciudad*. Gijón: Trea, 2012 (en prensa).
- QUINN, Bernadette. Arts Festivals and the City. *Urban Studies*, 2005, vol. 42, núm. 5/6, p. 927-943.
- RICHARDS, Greg (ed.). *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI, 2001.
- RICHARDS, Greg & WILSON, Julie. The impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 2004, vol. 41, núm 10, p. 1931-1951.
- ROBERTSON, Martin & WARDROP, Kenneth MacMillan. Events and the destination dynamic: Edinburgh festivals, entrepreneurship and strategic marketing. In YEOMAN, Ian; ROBERTSON, Martin; ALI-KIGHT, Jane; DRUMMOND, Siobhan & MCMAHON-BEATTIE, Una (ed.). *Festivals and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*. Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004, p. 115-129.
- ROCHE, Maurice. *Mega-events and Modernity. Olympics and expos in the growth of global culture*. London: Routledge, 2000.
- ROCHE, Maurice. Mega-events and micro-modernisation: on the sociology of the new urban tourism. *British Journal of Sociology*, 1992, núm 43, p. 563-600.

SOLIMA, Ludovico. *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*. Roma: Barchini editore - Ministero per i beni e le attività culturali. Ufficio studi, 2000.

SUBIRATS, Joan; BARBIERI, Nicolás & PARTAL, Adriana. El retorn social de les polítiques culturals: de l'impacte social al valor públic. *Quaderns d'acció social i ciutadania*, 2010, núm. 10, p. 19-23.