



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**TURISME CULTURAL I DE  
CIUTAT**

Any acadèmic 2014-15

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	TURISME CULTURAL I DE CIUTAT
<b>Codi</b>	102633
<b>Semestre d'impartició</b>	1r Q Avaluació Continuada
<b>Caràcter</b>	Optativa
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6
<b>Crèdits teòrics</b>	4
<b>Crèdits pràctics</b>	2
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	A concretar via correu electrònic o al finalitzar les classes
<b>Departament/s</b>	Geografia i Sociologia
<b>Modalitat</b>	Presencial
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català
<b>Grau/Màster</b>	Grau en Turisme
<b>Distribució de crèdits</b>	Hores presencials: 60 Hores no presencials: 90
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	A concretar via correu electrònic o al finalitzar les classes
<b>Adreça electrònica professor/a (s/es)</b>	dpaul@geosoc.udl.cat

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 i la comunicació més adequades a cada situació
- 3.- Recollir i seleccionar informació de manera eficaç i eficient
- 4.- Analitzar i reflexionar sobre la dimensió transversal del turisme i 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 i 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 (2 sessió)
- Tema 4.- Grans tendències del mercat turístic (2 sessió)
- Tema 5.- El turisme cultural com estratègia de desenvolupament (2 sessió)
- Tema 6.- Ciutat i cultura (2 sessió)
- Tema 7.- El paper de la cultura en les polítiques urbanes (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 (un dia a la setmana): 36 hores + 2 hores examen

- Pràctiques:

- Sortida llarga (data a concretar): 10 hores

- 3 Sortides curtes (data a concretar): 12 hores

NOTA IMPORTANT: segons normativa del Grau de Turisme, les sortides es desenvoluparan preferentment els divendres. En cas que una majoria significativa d'alumnes hi estigui d'acord, i sempre que no s'interfereixi amb el normal desenvolupament d'altres classes del grau, les sortides es podran desenvolupar un altre dia.

## Sistema d'avaluació

Examen: 50% (hi ha recuperació)

Assistència i aprofitament de les sortides mitjançant l'elaboració i correcció d'un informe de les activitats (no hi ha recuperació):

Sortida llarga: 20%

Sortides curtes: 10% cada sortida

Els estudiant que no puguin assistir a les sortides per motiu justificat, podran entregar un certificat per justificar la seva absència fins a dues setmanes després de la sortida. En aquest cas, la sortida no es tindrà present en el moment de calcular la nota final. En cas de no assistir i no entregar cap justificant, la nota assignada a la sortida serà equivalent a zero.

Avaluació alternativa En cas que una/a estudiant acrediti documentalment (contracte de treball i resum de la vida laboral expedit per la Tresoreria de la Seguretat Social) que està treballant amb jornada laboral completa durant el curs docent i per tant no pot complir amb els requisits establerts per a l'avaluació continuada, podrà optar per la realització d'una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà en les setmanes assenyalades a aquests efectes en el calendari d'avaluació del grau.

Es recorda que el plagi total o parcial d'alguna de les parts dels treballs del curs, així com qualsevol altre procediment fraudulent realitzat per tal de dur a terme les activitats del treball, comportaran la qualificació de 0 (suspens) en la qualificació final de l'assignatura atès que vulnera el respecte a la propietat intel·lectual. Es considera plagi la "Part d'una obra d'altri inserida en la pròpia sense indicació de la font" (DIEC). A més cal tenir en compte l'Estatut de l'estudiant (RD 1791/2010, de 30 de desembre) que estableix entre els deures de l'estudiant/-a,

el d'“Abstenerse de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los Trabajos que se realicen o en documentos oficiales de la universidad” (normativa de la UdL).

## 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.

DUHAMEL, Philippe *Le Tourisme : lectures géographiques* Paris: la Documentation Française, 2013

ESTEBAN CURIEL, Javier de Títol *Turismo cultural y gestión de museos* Madrid: Dykinson , 2013.

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, H el ene. *L'impact des grands  v enements sur le développement des m tropolises*. 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 & GU ARDIA, Manuel (ed.) *Culture, urbanism and planning*. Aldershot: Ashgate, 2006.
- PA L, Daniel. La comunicación de los museos y su relación con las políticas culturales de las ciudades. Entre la repetición de estrategias y la innovación. In ARRIETA, I naki (ed.). *Legitimaciones sociales de las políticas patrimoniales y museísticas*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2011, p. 189-201.
- PA L, Daniel. *L'oferta cultural en les polítiques de màrqueting de les ciutats*. [En línea]. Tesi doctoral dirigida per Joan Ganau Casas. Lleida: Universitat de Lleida, 2009. <<http://www.tdx.cat/TDX-1020109-153413/>>.
- PA L, Daniel & GANAU, Joan. *Museos y promoción de ciudad*. Gijón: Trea, 2014 (en prensa).
- PULIDO FERNÁNDEZ, Juan Ignacio. *Turismo cultural* Madrid: Sintesis, 2013
- 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, n m 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, n m 43, p. 563-600.
- SOLIMA, Ludovico. *Il pubblico dei musei. Indagine sulla comunicazione nei musei statali italiani*. Roma: Barga editore - Ministero per i beni e le attiv  culturali. Ufficio studi, 2000.
- SUBIRATS, Joan; BARBIERI, Nicolás & PARTAL, Adriana. El retorn social de les pol tiques culturals: de l'impacte social al valor públic. *Quaderns d'acció social i ciutadania*, 2010, núm. 10, p. 19-23.

Actes de congr s:

<http://www.irun.org/oiasso/home.aspx?tabid=103>

1. [Museos y turismo: expectativas y realidades](#)
2. [Legitimaciones sociales de las políticas patrimoniales y museísticas](#)
3. [Museos y parques naturales: comunidades locales, administraciones públicas y patrimonialización de la cultura y la naturaleza](#)

4. [Activaciones patrimoniales e iniciativas museísticas ¿Por quién? y ¿para quién?](#)
5. [Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos. Entre la teoría y la praxis](#)
6. [Patrimonios culturales y museos: más allá de la Historia y del Arte](#)
7. [Museos, memoria y turismo](#)
8. [Reinventando los museos](#)