



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
GESTIÓ PÚBLICA DEL TURISME

Coordinació: MARINÉ ROIG, ESTELA

Any acadèmic 2017-18

Informació general de l'assignatura

Denominació	GESTIÓ PÚBLICA DEL TURISME			
Codi	102640			
Semestre d'impartició	1R Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Administració i Direcció d'Empreses	4	OPTATIVA	Presencial
	Grau en Turisme	4	OPTATIVA	Presencial
Nombre de crèdits ECTS	6			
Grups	1GG			
Crèdits teòrics	0			
Crèdits pràctics	0			
Coordinació	MARINÉ ROIG, ESTELA			
Departament/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Anglès			
Horari de tutoria/lloc	Dimarts i Dijous de 10:00 a 14:00h			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
MARINÉ ROIG, ESTELA	estela.marine@aegern.udl.cat	6	

Informació complementària de l'assignatura

La gestió pública del turisme és un aspecte fonamental per al bon funcionament, sostenibilitat i promoció de les destinacions turístiques a tots els nivells territorials. En aquesta assignatura parlarem de les relacions que s'estableixen entre sector públic i privat a les destinacions turístiques. Veurem com elaborar plans de gestió per a les destinacions turístiques amb un enfocament cap al desenvolupament sostenible. Entrarem a parlar del posicionament i de les marques turístiques de les destinacions. Aprendre aspectes relacionats amb la comercialització (e-màrqueting, presència online de la destinació) i estratègia de la destinació per al desenvolupament de productes turístics. Remarcarem quins aspectes cal tenir en compte per monitoritzar i avaluar una destinació i utilitzarem les publicacions estadístiques més rellevants a nivell turístic internacional, estatal i català. Veurem quines estructures i polítiques de turisme regional i local hi ha centrant-nos en l'organització catalana (patronats i oficines de turisme, departaments turístics, etc.). Parlarem també de les Smart Destinations.

En aquesta assignatura es pretén donar una visió d'aspectes diversos des de l'òptica de la gestió pública i combinar l'explicació teòrica amb diferents casos d'estudi i exercicis pràctics. Es pretén donar molta importància a l'ús de noves tecnologies i social media.

L'assignatura s'imparteix en anglès i es motivarà el seu ús en tota l'assignatura, les pràctiques s'hauran de lliurar en anglès.

Objectius acadèmics de l'assignatura

Després d'haver completat satisfactòriament aquesta assignatura, els estudiants seran capaços de:

- Demostrar una comprensió dels conceptes i característiques del turisme com a àrea d'estudi de gestió a nivell acadèmic i aplicat.
- Proporcionar un programa d'estudi coherent, divers i multidisciplinari que busqui definir, cercar i contextualitzar, a través de l'experiència vocacional, les realitats operatives conceptuals i aplicades de la gestió del turisme.
- Analitzar una destinació pel que fa a la seva competitivitat i atributs de gestió.
- Demostrar una comprensió de les relacions i impactes entre el turisme i les economies, comunitats i entorns en els quals té lloc.
- Desenvolupar polítiques i estratègies adequades per a un desenvolupament i gestió sostenibles dels recursos turístics.

Competències

Competències generals

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organitzar i planificar.
- Treball en equip i lideratge.
- Capacitat de treballar i d'aprendre de forma autònoma i, simultàniament, interactuar adequadament amb la resta a través de la cooperació i col·laboració.
- Capacitat d'actuar en consideració al rigor, al compromís personal i amb orientació a la qualitat.

Competències específiques

- Capacitat de crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i donant resposta als canvis de l'entorn en què s'opera.
- Capacitat de desenvolupar les funcions relacionades amb les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i institucions.
- Capacitat d'aplicar tècniques instrumentals en l'anàlisi i solució de problemes empresarials i en la presa de decisions.
- Capacitat d'identificar, gestionar i dissenyar estratègies i plans d'ordenació per a territoris i destinacions turístiques d'acord amb els principis de la sostenibilitat.
- Comprensió dels principis del turisme, la seua dimensió espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral i econòmica.
- Capacitat de relacionar els objectius de la gestió i la gestió turística amb el fi d'aconseguir una experiència satisfactòria turísticament i legítima culturalment.

Competències estratègiques

- Correcta expressió oral i escrita.
- Coneixement i domini de l'anglès com a llengua estrangera.
- Domini de les TIC.

Competències de l'assignatura:

- Habilitats de recerca multidisciplinària que siguin rellevants en el context del turisme i de les qüestions de gestió pública.
- Coneixement dels productes, estructura i interaccions en la indústria turística, per exemple la relació entre públic, privat i organitzacions sense ànim de lucre i les seves activitats.
- Àmplia comprensió dels reptes associats amb una gestió efectiva d'una destinació.
- Consciència del ventall i tipus de perspectives de planificació turística.
- Coneixement i habilitat de pensar conceptualment sobre el procés de reformes en la gestió pública del turisme.

Continguts fonamentals de l'assignatura

1. Gestió pública i el sector privat

- 1.1. El paper del sector públic en el turisme
- 1.2. Fortaleses i debilitats dels tipus de govern
- 1.3. Les relacions publico-privades per tipus de govern
- 1.4. Taula del Turisme de Catalunya

2. Planificació de la destinació i el desenvolupament sostenible

- 2.1. Principis per a l'elaboració de plans de gestió de destinacions
 - Posar-se d'acord per planificar junts [Per què fer això i a qui involucrar?]
 - El recull de l'evidència [Com de bé ho estem fent ara?]
 - Ajustament de la direcció [On volem arribar?]
 - La identificació de l'acció [Què és el que hem de fer per arribar-hi?]
 - Mesurar el progrés i mantenir-la en funcionament [Ja hem arribat aquí?]
- 2.2. VICE: un model de gestió sostenible de les destinacions

- visitant
- indústria
- comunitat
- medi ambient

2.3. La gestió del turisme responsable en les destinacions

2.4. El Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016

3. Posicionament i marca de la destinació

3.1. Posicionament competitiu de les destinacions

3.2. Beneficis d'una marca de destinació efectiva

3.3. Procés de construcció de marca

3.4. El desenvolupament de la identitat de marca

3.5. Marques turístiques de Catalunya

4. Comercialització i Estratègia de la destinació per al desenvolupament de productes turístics

4.1. E-màrqueting per a les destinacions turístiques

- Activitats de suport als proveïdors de serveis turístics en la destinació
- Suport al sector dels viatges en els mercats emissors

4.2. La construcció de la presència online de la destinació

- El desenvolupament de continguts
- Llocs web oficials de turisme
- Els social media en el turisme
- Turisme Mòbil

4.3. Polítiques i sistemes per al desenvolupament de productes de destinació

4.4. El paper de les autoritats de la destinació en el desenvolupament de productes turístics

4.5. Pla de màrqueting de turisme de Catalunya 2013-2015

5. Monitorització i avaluació Destinació

5.1 Mesura del rendiment global del turisme

Indicadors de desenvolupament sostenible per a les destinacions turístiques

El sistema europeu d'indicadors de turisme

5.2. Auditar al visitant i l'experiència del resident

5.3. Determinar l'impacte econòmic local del turisme

5.4. La determinació de la capacitat local de càrrega recreativa

5.5. Publicacions rellevants:

- Anuari d'estadístiques de turisme de l'OMT
- Aspectes més destacats del turisme de l'OMT

- Anuari de Turisme regional d'Eurostat
- Eurobaròmetre Flash: Preferències dels europeus en turisme
- Turespaña: informes anuals de Turisme (Frontur, Egatur, Familitur, ...)
- GenCat: informes anuals Turisme (balanç, magnituds directores, Xifres, ...)
- BCN: Les estadístiques de turisme a Barcelona i les regions

6. Estructures i polítiques de turisme regionals/locals i Smart Destinations

- 6.1. La llei de turisme de Catalunya
- 6.2. La Direcció General de Turisme
- 6.3. La xarxa Catalana d'Oficines de Turisme
- 6.4. El Patronat de Turisme Català (ACT)
- 6.5. El futur de la gestió de destinacions: Smart Destinations

Eixos metodològics de l'assignatura

Avaluació continuada.

Combinació de classe magistral, estudis de cas, resolució d'exercicis a l'aula, proves d'avaluació, realització de pràctiques.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Setmana	Descripció	Activitats a classe	HTP (2) (hores)	Treball autònom i activitats	HTNP (3) (Hores)
1-2	Presentació de l'assignatura i 1. Gestió pública i el sector privat	Classe magistral	7h	Lectures recomanades i preparació de la Primera pràctica	5h
3-5	2. Planificació de la destinació i el desenvolupament sostenible	Classe magistral i pràctiques a l'aula	10,5h	Preparació de la primera pràctica	10h
6-8	3. Posicionament i marca de la destinació	Classe magistral i pràctiques a l'aula. Primera Avaluació	10,5h	Estudi per la prova d'avaluació i preparació de la Segona Pràctica	20h
10-11	4. Comercialització i destinació Estratègia de la destinació per al desenvolupament de productes turístics	Classe magistral i pràctiques a l'aula	7h	Preparació de la segona pràctica	10h
12-13	5. Monitorització i avaluació Destinació	Classe magistral i pràctiques a l'aula	7h	Preparació de la tercera pràctica	10h

14-16	6. Estructures i polítiques de turisme regionals i locals	Classe magistral, i presentacions orals	8h	Preparació de la tercera pràctica i presentacions orals	10h
17		Segona avaluació	2h	Estudi per la segona prova d'avaluació	10h

Sistema d'avaluació

Subcompetències/ Objectius	Activitats d'avaluació Criteris	%	Dates	O/N (1)	I/G (2)
<p>Coneixement dels productes, estructura i interaccions en la indústria turística, per exemple la relació entre públic, privat i organitzacions sense ànim de lucre i les seves activitats.</p> <p>Àmplia comprensió dels reptes associats amb una gestió efectiva d'una destinació.</p> <p>Consciència del ventall i tipus de perspectives de planificació turística.</p> <p>Coneixement i habilitat de pensar conceptualment sobre el procés de reformes en la gestió pública del turisme.</p>	Test Virtual 1: Temes 1 - 3	20	Setmana 8: 3 de Novembre	O	I
<p>Coneixement dels productes, estructura i interaccions en la indústria turística, per exemple la relació entre públic, privat i organitzacions sense ànim de lucre i les seves activitats.</p> <p>Àmplia comprensió dels reptes associats amb una gestió efectiva d'una destinació.</p> <p>Consciència del ventall i tipus de perspectives de planificació turística.</p> <p>Coneixement i habilitat de pensar conceptualment sobre el procés de reformes en la gestió pública del turisme.</p>	Test Virtual 2: Temes 4-6	20	Setmana 17: 12 de Gener	O	I
<p>Capacitat d'identificar, gestionar i dissenyar estratègies i plans d'ordenació per a territoris i destinacions turístiques d'acord amb els principis de la sostenibilitat.</p> <p>Capacitat de relacionar els objectius de la gestió i la gestió turística amb el fi d'aconseguir una experiència satisfactòria turísticament i legítima culturalment.</p> <p>Correcta expressió oral i escrita.</p> <p>Coneixement dels productes, estructura i interaccions en la indústria turística, per exemple la relació entre públic, privat i organitzacions sense ànim de lucre i les seves activitats.</p>	Pràctica 1: Pràctica en relació als Temes 1 i 2	15	Setmana 5	O	I
<p>Correcta expressió oral i escrita.</p> <p>Àmplia comprensió dels reptes associats amb una gestió efectiva d'una destinació.</p> <p>Coneixement i habilitat de pensar conceptualment sobre el procés de reformes en la gestió pública del turisme.</p>	Pràctica 2: Pràctica en relació als Temes 3 i 4	15	Setmana 11	O	I

Domini de les TIC. Habilitats de recerca multidisciplinar que siguin rellevants en el context del turisme i de les qüestions de gestió pública. Correcta expressió oral i escrita.	Pràctica 3: Pràctica en relació als Temes 5 i 6 i presentacions orals	20	Setmana 16	O	I
Habilitats de recerca multidisciplinar que siguin rellevants en el context del turisme i de les qüestions de gestió pública. Correcta expressió oral i escrita.	Assistència, participació i exercicis a l'aula	10	Al llarg del quadrimestre	O	I

Avaluació Alternativa: En cas que un/a estudiant acrediti documentalment la seva impossibilitat d'assistir a les activitats programades dins l'avaluació continuada (per treball remunerat, segona o ulterior matrícula de l'assignatura...) podrà optar per una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà el dia i en l'horari establert al calendari d'avaluació del Grau per a la prova final de l'avaluació ordinària. La sol·licitud d'aquesta modalitat avaluativa s'haurà de realitzar abans de la sisena setmana de classe amb acreditació documental i, un cop feta, no es podrà modificar.

A la pàgina web de la Facultat hi ha el document que han d'omplir els alumnes i lliurar al professor responsable de l'assignatura <http://www.fdet.udl.cat/export/sites/Fdet/ca/.galleries/Documents/Secretaria-documents/Sollicitud-avaluacio-alternativa.pdf>

D'acord amb l'art. 3.1 de la normativa d'avaluació de la UdL, l'estudiant no pot utilitzar, en cap cas, durant la realització de les proves d'avaluació, mitjans no permesos o mecanismes fraudulents. L'estudiant que utilitzi qualsevol mitjà fraudulent relacionat amb la prova i/o porti aparells electrònics no permesos, haurà d'abandonar l'examen o la prova, i quedarà subjecte a les conseqüències previstes en aquesta normativa o en qualsevol altra normativa de règim intern de la UdL.

Bibliografia i recursos d'informació

Elliott, J. (1997). *Tourism: Politics and public sector management*. New York: Routledge. ISBN: 9780415071574

González, F. & Miralbell, O. (2007). *Guia de gestió pública del turisme*. Available at <http://ocw.uoc.edu/turisme/gestio-publica-del-turisme>

Miralbell, O. (Coord) (2010). *Gestió pública del turisme*. Barcelona: FUOC. ISBN: 9788469286548

UNWTO (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: World Tourism Organization. ISBN: 9789284412433

VisitEngland (2008). *Destination manager's toolkit*. Available at www.visitengland.org/england-tourism-industry/DestinationManagerToolkit

Stange J. & Brown D. (2011). *Tourism destination management: Achieving sustainable and competitive results*. Available at http://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/2151/DMOworkbook_130318.pdf

UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: World Tourism Organization. ISBN: 9789284407262

European Commission (2013). *The European tourism indicator system: Toolkit for sustainable destinations*. ISBN: 9789279293399.

UNWTO (2009). *Handbook on tourism destination branding*. Madrid: World Tourism Organization. ISBN: 9789284413119

UNWTO (2014). *Handbook on e-marketing for tourism destinations*. Madrid: World Tourism Organization. ISBN:

9789284415755

FEMP (2008). *Modelos de gestión turística local: Principios y prácticas*. Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias. ISBN: 97884874329605

VisitEngland (2012). *Principles for developing destination management plans*. Available at http://www.visitengland.org/Images/DMP%20Guiding%20Principles%20201207_tcm30-33507.pdf

GenCat (2013a). *Strategic tourism plan for Catalonia 2013-2016*. Available at http://www20.gencat.cat/docs/empresaiocupacio/20%20-%20Turisme/Observatori%20turisme/Recerca%20i%20estudis/Documents/Arxius/plan_en.pdf

GenCat (2013b). *Catalonia tourism marketing plan 2013-2015*. Available at <http://www.act.cat/wp-content/uploads/2014/01/Executive-Summary-Catalonia-marketing-plan.pdf>

Capella (2012). El turisme una eina per dinamitzar l'ocupació i la competitivitat: El repte de les destinacions. *Journal of Public Policies and Territories*, 1(3), 1-11

López Palomeque, F. (Dir) (2009). Spatial organisation of the Departments of Tourism. In *Atlas of tourism in Catalonia*. ISBN: 9788439380504

Zapata, M. J. & Hall, C. M. (2012). Public-private collaboration in the tourism sector: balancing legitimacy and effectiveness in local tourism partnerships. The Spanish case. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(1), 61-83