



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**TURISMO CULTURAL Y DE
CIUDAD**

Coordinación: PAÛL AGUSTI, DANIEL

Año académico 2017-18

Información general de la asignatura

Denominación	TURISMO CULTURAL Y DE CIUDAD			
Código	102633			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Geografía y Ordenación del Territorio	3	OPTATIVA	Presencial
	Grado en Turismo	4	OPTATIVA	Presencial
Número de créditos ECTS	6			
Grupos	1GG			
Créditos teóricos	0			
Créditos prácticos	0			
Coordinación	PAÜL AGUSTI, DANIEL			
Departamento/s	GEOGRAFIA I SOCIOLOGIA			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Horas presenciales: 60 Horas no presenciales: 90			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán			
Distribución de créditos	5 crédito aula 1 crédito fuera de aula			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
PAÛL AGUSTI, DANIEL	daniel.paul@udl.cat	6	A concretar por correo electrónico. Por falta de espacio en la FDET, las tutorías podrán realizarse en el edificio del rectorado.

Información complementaria de la asignatura

La asignatura pretende mostrar las peculiaridades del turismo cultural y del turismo de ciudad. Se pretende así que los alumnos dispongan de herramientas que les permitan conocer las principales claves de la gestión de estas tipologías turísticas. Por este motivo la asignatura aportará especificidades sobre gestión y los impactos de los equipamientos, especialmente en el espacio urbano. Una parte de la asignatura será de carácter práctico, con visitas a varios equipamientos culturales.

Esta guía docente está pensada para ser desarrollada con un grupo de 30 a 40 matriculados. Si el número aumenta o disminuye significativamente algunas de las actividades y criterios de evaluación pueden sufrir modificaciones que se comentarán cuando la matrícula esté cerrada y se disponga del número final de alumnado.

La guía se ha traducido automáticamente con Google translate. En caso de errores la versión que prevalece es la catalana.

Objetivos académicos de la asignatura

En esta asignatura se pretende que los estudiantes alcancen los objetivos siguientes:

- 1.- Tomar conciencia de la importancia de una buena gestión del turismo cultural
- 2.- Mostrar diversas estrategias que pueden ayudar al éxito del turismo cultural
- 3.- Analizar las peculiaridad del espacio urbano y como este espacio urbano puede acoger los flujos turísticos

Competencias

- 1.- Analizar, sintetizar e interpretar el turismo [CG3 Caracterizar la diversidad espacial de los territorios]
- 2.- Seleccionar y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación más adecuadas a cada situación [CE5 Aprender a extraer fuentes de información geográfica de los recursos existentes en internet]
- 3.- Recoger y seleccionar información de manera eficaz y eficiente [CE8 Adquirir las habilidades propias del trabajo de campo en los espacios rural y urbano]
- 4.- Analizar y reflexionar sobre la dimensión transversal del turismo y su carácter evolutivo [CG5 Asumir la interacción de la geografía con la historia y las demás ciencias sociales]
- 5.- Analizar las implicaciones éticas del turismo
- 6.- Identificar elementos relevantes procedentes de otras culturas y la diversidad de costumbres existentes
- 7.- Analizar las características e iniciativas de la dirección, gestión y planificación turística
- 8.- Leer, comprender y comentar textos científicos

Contenidos fundamentales de la asignatura

Tema 1.- Marco conceptual del turismo cultural (3 sesión)

Tema 2.- Diferencias entre patrimonio cultural y recurso cultural (2 sesión)

Tema 3.- Relaciones entre turismo, patrimonio y territorio (2 sesión)

Tema 4.- Grandes tendencias del mercado turístico (2 sesión)

Tema 5.- El turismo cultural como estrategia de desarrollo (2 sesión)

Tema 6.- Ciudad y cultura (2 sesión)

Tema 7.- El papel de la cultura en las políticas urbanas (3 sesión)

Ejes metodológicos de la asignatura

Los principales ejes metodológicos de la asignatura serán los siguientes:

1. Nivel de conocimientos general alcanzado en materia de procesos y técnicas relacionadas con la gestión del turismo cultura y del turismo urbano. Se evaluará a partir de un examen final. Superar el 5 de media final y al menos el 3'5 de nota del examen es requisito para superar la asignatura.

2. Asistencia y aprovechamiento de las salidas realizadas durante el curso a varios equipamientos culturales.

Plan de desarrollo de la asignatura

- Clases teóricas (un día a la semana): 36 horas + 2 horas examen

- Prácticas (en el momento de conocer el número de asistentes a la salida se valorará si se hacen 3 salidas o una única salida de 2 días y una noche. En este último caso, las horas, porcentajes y otras de las diversas salidas se sumará):

- Salida larga (fecha a concretar): 18 horas

- 2 Salidas cortas (fecha a concretar): 4 horas

NOTA IMPORTANTE: según normativa del Grado de Turismo, las salidas se desarrollarán preferentemente los viernes. En caso de que una mayoría significativa de alumnos esté de acuerdo, y siempre que no interfiera con el normal desarrollo de otras clases del grado, las salidas se podrán desarrollar otro día.

Sistema de evaluación

Examen: 50% (hay recuperación)

El alumno podrá elegir entre dos actividades que valdrán en conjunto el 50% de la nota final: unas lecturas relacionadas con el temario (agrupadas en varios bloques y con notas con un valor entre 10% y el 20% en función de la dificultad del texto) o bien la asistencia y aprovechamiento de las salidas (no hay recuperación de ninguno de los dos ámbitos):

Salida larga: 20% (2 salidas)

Salidas cortas: 10% (2 salidas)

La salida de estudio y las lecturas se evaluarán mediante examen tipo test (o también trabajo, en caso de que se haga una única salida) que se realizará el primer día de clase posterior a la fecha de la salida.

La salida de estudio tienen carácter voluntario. Los alumnos que no puedan o no deseen asistir a estas salidas podrán optar a esta parte de la nota si realizan las lecturas propuestas en clase. La inscripción a la salida debe realizarse antes del día 1 de octubre. Si no se hace se entenderá que se optará por las lecturas. Salida y lectura evaluarán igual. En ambos casos se deberá realizar un examen tipo test sobre el contenido, de 12 preguntas (responder 10, donde los errores descuentan). Las pruebas se realizarán el mismo día, es decir, el primer día de clase después de la fecha de la salida. Si algún alumno ya inscrito en la salida no puede asistir por motivo justificado (trabajo, enfermedad, causa legal ...), deberá comunicarlo lo antes posible y entregar un certificado oficial en el que conste el motivo. Sólo en este caso el alumno podrá cambiar su elección y realizar la prueba de las lecturas. En todos los demás casos la no asistencia a la salida si se está matriculado equivale a un 0 en este apartado de la nota

Evaluación alternativa En caso de que un / a estudiante acredite documentalmente su imposibilidad de asistir a las actividades programadas dentro de la evaluación continuada (por trabajo remunerado, segunda o ulterior matrícula de la asignatura ...) podrá optar por una prueba única de validación de competencias y conocimientos que se realizará el día y en el horario establecido en el calendario de evaluación del Grado para la prueba final de la evaluación ordinaria. Esta prueba consistirá en un examen con contenidos ampliados con algunas de las prácticas del curso. La solicitud de esta modalidad evaluativa deberá realizarse antes del 15 de octubre con acreditación documental y, una vez hecha, no se podrá modificar.

Se recuerda que el plagio total o parcial de alguna de las partes de los trabajos del curso, así como cualquier otro procedimiento fraudulento realizado para llevar a cabo las actividades del trabajo, comportarán la calificación de 0 (suspense) en la calificación final de la asignatura dado que vulnera el respeto a la propiedad intelectual. Se considera plagio la "Parte de una obra ajena insertada en la propia sin indicación de la fuente" (DRAE). Además hay que tener en cuenta el Estatuto del estudiante (RD 1791/2010, de 30 de diciembre) que establece entre los deberes del estudiante / -a, el de "Abstenerse de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las Pruebas de Evaluación, en los Trabajos que se Realicó o en documentos oficiales de la universidad " (normativa de la UdL).

Bibliografía y recursos de información

ALDOMÀ BUIXADÉ, Ignasi; MÒDOL RATÉS, Josep Ramon; GUERRERO LLADÓS, Montserrat *Patrimonis rurals. Reconeixement i perspectives* Lleida: Fundació del Món Rural, 2017.

<https://drive.google.com/file/d/0B700G5hLo7SmSkVXbDdULUVsLWs/view>

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 CUIEL, 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, 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.
- PAÛL, 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, Iñaki (ed.). *Legitimaciones sociales de las políticas patrimoniales y museísticas*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2011, p. 189-201.
- PAÛL, Daniel. *L'oferta cultural en les polítiques de màrqueting de les ciutats*. [En línea]. Tesis doctoral dirigida per Joan Ganau Casas. Lleida: Universitat de Lleida, 2009. <<http://www.tdx.cat/TDX-1020109-153413/>>.
- PAÛL, Daniel & GANAU, Joan. *Museos y promoción de ciudad*. Gijón: Trea, 2014 (en prensa).
- PULIDO FERNÁNDEZ, Juan Ignacio. *Turismo cultural* Madrid: Síntesis, 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, 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: Bargeni 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.

Otros

<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](#)