



Universitat de Lleida

# GUÍA DOCENTE **RUTAS TURÍSTICAS**

Coordinación: GÓMEZ MARTÍN, M. BELÉN

Año académico 2021-22

## Información general de la asignatura

<b>Denominación</b>	RUTAS TURÍSTICAS			
<b>Código</b>	12431			
<b>Semestre de impartición</b>	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
<b>Carácter</b>	<b>Grado/Máster</b>	<b>Curso</b>	<b>Carácter</b>	<b>Modalidad</b>
	Máster Universitario en Gestión de Áreas de Montaña	1	OPTATIVA	Semipresencial
<b>Número de créditos de la asignatura (ECTS)</b>	3			
<b>Tipo de actividad, créditos y grupos</b>	<b>Tipo de actividad</b>	PRAULA		TEORIA
	<b>Número de créditos</b>	1.5		1.5
	<b>Número de grupos</b>	1		1
<b>Coordinación</b>	GÓMEZ MARTÍN, M. BELÉN			
<b>Departamento/s</b>	GEOGRAFIA Y SOCIOLOGÍA			
<b>Información importante sobre tratamiento de datos</b>	Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
ALDOMA BUIXADE, IGNASI	ignasi.aldoma@udl.cat	0	
BLAY BOQUÉ, JORDI	jordi.blay@urv.cat	0	
CORS IGLESIAS, MARTÍ	marti.cors@ub.edu	1,5	
GANAU CASAS, JOAN	joan.ganau@udl.cat	0	
GÓMEZ MARTÍN, M. BELÉN	bgomez@ub.edu	1,5	

## Objetivos académicos de la asignatura

Abordar el uso de las rutas turísticas como proyectos dinamizadores del territorio desde una perspectiva local y regional.

Analizar diferentes rutas turísticas. Reconocer los recursos territoriales susceptibles de ser objeto de rutas turísticas.

Proporcionar conocimientos, técnicas y metodologías para la creación y gestión de rutas turísticas.

Plantear y definir, a partir de un caso de estudio real en un área de alta montaña, un producto turístico basado en un itinerario o ruta turística.

## Competencias

### Básicas

B10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo (\*)

### Generales

CG1 Valorar los mecanismos de interacción de la sociedad con el medio ambiente en la perspectiva de la toma de decisiones.

CG2 Manejar y utilizar los métodos y técnicas de análisis e interpretación de las variables y fuentes estadísticas socioeconómicas y medioambientales.

CG4 Analizar las dinámicas de fondo de las situaciones nuevas y complejas, diseñar estrategias alternativas de resolución y aprovechar el potencial de mejoras.

#### Específicas

CE1 Reconocer, caracterizar e interpretar la singularidad física y humana de la montaña y explicar la diversidad de los territorios de montaña.

CE4 Identificar las fuentes cartográficas esenciales y aplicar los Sistemas de Información Geográfica a la realidad física y social

CE5 Analizar los procesos de desarrollo económico en áreas de baja densidad demográfica.

CE6 Diseñar proyectos de desarrollo empresarial en el contexto de los planes y ayudas públicas para el desarrollo y promoción de las áreas rurales y de montaña.

CE7 Diseñar alternativas de crecimiento y desarrollo de actividades turísticas, aprovechamientos energéticos y otros sectores innovadores en áreas de montaña.

## Contenidos fundamentales de la asignatura

- Rutas turísticas: Introducción y conceptos básicos
- Las Rutas en el contexto de la dinamización turística.
- La ruta como producto turístico; definición, promoción, comercialización y respuestas.
- Diseño y gestión de rutas turísticas

## Ejes metodológicos de la asignatura

7. Teoría online	7.1. Lectura de documentación escrita/audiovisual/gráfica elaborada
	7.2. Webconferencia
	7.3. Webminario
8. Práctica/trabajos online	8.1. Foros de debate
	8.2. Actividades de autoseguimiento
	8.3. Redacción de informes y proyectos
	8.4. Prácticas de problemas
	8.5. Búsqueda de información
	8.6. Estudio de casos
9. Pruebas de validación	9.1. Presentación/prueba de validación online

## Plan de desarrollo de la asignatura

La asignatura combinará los contenidos teóricos con el análisis práctico. La teoría se proporcionará al inicio de cada tema y supondrá la base para el estudio de casos y la resolución de ejercicios y supuestos. Las sesiones se basarán en la participación activa de los alumnos con el fin de favorecer tanto el aprendizaje como el desarrollo simultáneo de las habilidades y competencias determinadas en el programa.

El carácter práctico y aplicado de la asignatura permitirá plantear la realización de un proyecto final dirigido relacionado con la temática y los contenidos expuestos a lo largo del curso.

## Sistema de evaluación

Sistemas de evaluación

(A CONCRETAR POR RESPONSABLE)

Trabajos de prácticas 30

Informes, memorias de análisis o proyectos aplicados 50

Participación en foros y otras actividades on-line 10

Registros de uso del campus virtual 10

Pruebas de autoseguimiento 0

Validación online 0

## Bibliografía y recursos de información

ALONSO OTERO, F. (2009): "Santiago y los caminos de Santiago. Un paisaje cultural, una cultura del paisaje". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 51, 203-218.

BRIEDENHANN, J., & WICKENS, E. (2004): "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas —vibrant hope or impossible dream?". *Tourism Management*, 25(1), 71-79.

CAMPILLO, X. (2008): "L'auge del senderisme amb rucs a França: un exemple a seguir". *L' Erol: revista cultural del Berguedà*, 97, 22-24.

DESCAMPS, L., CASAS, J., PÉREZ, A., & CONESA, J. (2012): "Rutas turísticas personalizadas en dispositivos móviles sin necesidad de conexión a internet: Itiner@". A: *VI Jornadas SIG libre. SIGTE (Universitat de Girona). GIRONA*, 21-23.

GARCÍA GONZÁLEZ, L. (2004): "Los grandes ejes territoriales turísticos peninsulares. La dificultad de planificar, articular y consolidar productos turísticos espaciales. El Ejemplo de la Vía de la Plata". *Cuadernos Geográficos*, 34, 145-162.

GÓMEZ MARTÍN, M.B. (2019). Hiking Tourism in Spain: Origins, Issues and Transformations. *Sustainability*, 11, 3619.

GUÀRDIA CARBONELL, C. (2010): "La creación de una red de senderos locales como estrategia turística de futuro en zonas de montaña: el caso de Alp (Pirineo catalán)", a XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Universidad Carlos III, Madrid, págs 247-260.

GUZMÁN, T. J. L. G., & CAÑIZARES, S. M. S. (2008): "La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas". *Special Issue-Número Especial Turismo gastronómico y enoturismo Gastronomic and wine tourism*, 6, 159.

HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. H. (2011): "Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales". *Pasos*, 9(2), 225.

LÓPEZ MONNÉ, R. (1998). Evolució i canvi de model del senderisme a Catalunya: de l'associacionisme a l'activitat turística. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 33, 203-214.

NAGY, K. (2012): Heritage tourism, thematic routes and possibilities for innovation. *Theory Methodology Practice*, 8(1), 46-53.

SOMMER, H ET AL. (2011): *The economic essentials of Swiss hiking trails*. Federal Roads Office (FEDRO) and Schweizer Wanderwege, Bern.

WOLF, I. D., HAGENLOH, G., & CROFT, D. B. (2012): "Visitor monitoring along roads and hiking trails: How to determine usage levels in tourist sites". *Tourism Management*, 33(1), 16-28.