Turismo e Industrias Culturales y Creativas

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 09-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte

Coordinador/a: POVEDANO MARRUGAT, ELISA MARIA

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

OBJETIVOS

COMPETENCIAS

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando.

Analizar los distintos indicadores que permitan conocer la relevancia del turismo español en el mundo.
Interpretar las formas de promover el crecimiento de la oferta turística nacional, regional y local, partiendo de los recursos culturales y naturales.
Que los estudiantes interpreten las claves del equilibrio territorial, y la integración cultural de las zonas marginadas.
Identificar el tejido turístico como la integración de los bienes naturales y culturales, estableciendo relaciones de compromiso y equilibrio entre ambas realidades.
Aplicar la capacidad de trabajo en equipo en temáticas relacionadas con el patrimonio cultural y natural.

Manejar adecuadamente el empleo de conceptos innovadores vinculados a la gestión turística.

Definir una metodología de trabajo, desde el trabajo de campo hasta la interpretación y publicación de los resultados en el ámbito de la gestión de los recursos turísticos.

Evaluar el papel estratégico del turismo para el desarrollo económico de los pueblos y la puesta en valor y conservación activa de los recursos naturales y culturales.

Analizar las fuentes de información para el análisis de los espacios y las actividades turísticas.
Promover espacios para diferentes tipos de turismo y los turistas, haciendo hincapié, en particular, en los aspectos culturales y ambientales a través de caminos de descubrimiento e integración.

Capacitar para interpretar la diversidad social y cultural.

Identificar las herramientas específicas para desarrollar actividades y productos turísticos partiendo de los recursos ambientales y culturales sin poner en riesgo la conservación de los recursos y la sostenibilidad de la actividad turística.

Valorar el espíritu crítico para una mejora permanente del producto turístico, tomando la iniciativa en la renovación y actualización permanente de las ofertas.

Aplicar las variables económicas, legales, sociales y políticas que intervienen en el Turismo, para el impulso de los bienes de interés cultural y natural.
Evaluar los recursos adecuados para fomentar un espacio o un determinado bien cultural.

Analizar estados de conservación y calidad de los bienes culturales vinculados al mundo turístico

Demostrar el conocimiento en materia turística.

Redactar diagnósticos y estrategias para los territorios y destinos turísticos.

Elaborar catálogos de bienes de interés natural y etnográfico.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE
La Materia dedicada al Turismo Cultural supondrá para los estudiantes una aproximación cualificada a la revalorización y recuperación de los elementos culturales, al mismo tiempo que les concienciará sobre la importancia de la recuperación, conservación y preservación del patrimonio cultural tangible e intangible. También supondrá una concienciación sobre la capacidad de la cultura y el arte como factores esenciales para el desarrollo económico local y regional desde la perspectiva de la sostenibilidad. También se incidirá sobre la promoción de nuevas industrias cul

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

La apuesta por la economía del conocimiento y la economía creativa ha concedido nuevo protagonismo al turismo en relación con las industrias culturales y creativas. La mediación cultural y creativa refuerza la participación del turista en la oferta creativa, contribuyendo al fomento de la diversidad y a la sostenibilidad de los recursos culturales y patrimoniales.
Se abordarán los siguientes aspectos:

0. Introducción a los conceptos de talento, creatividad e innovación.
1. Políticas de fomento de las industrias culturales y creativas. Análisis de casos.
2. Las industrias culturales y creativas: tipologías y problemática.
3. Turismo cultural e industrias culturales y creativas.
4. Consumo turístico de servicios culturales y contenidos patrimoniales.
5. El turismo y la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clase teórica

Clases prácticas

Tutorías

Trabajo en grupo

Trabajo individual del estudiante

La modalidad semipresencial establecerá un menor número de horas en aula un mínimo de un 40% de la asignatura (AF1), y más tiempo de trabajo online, que se valorará dentro de las actividades formativas AF2, AF6 y AF7, además de una asistencia a tutorías presenciales y online de manera sistemática (AF5).

METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura:
Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

Resolución de casos prácticos, problemas, etc.¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo

Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos

Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

1. Evaluación continua:

1.1. Trabajo individual: 20%
Participación del estudiante en Clases prácticas, visitas y entrevistas, foro y debate: 20%
Cada estudiante incorporará individualmente al foro de la asignatura planteamientos personales y las conclusiones de su trabajo individual, como aportación previa a la discusión en clase.

1.2. Trabajo en grupo:
Debate en en torno a contenidos propuestos por el profesor en sus clases teóricas e información incorporada a Aula Global.

2. Examen final: presentación de trabajo 60%

2.1. Exposición del trabajo: 30%
Consistirá en la presentación de un trabajo elaborado individualmente por el estudiantes con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en el que quede patente la lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura y su aplicación para resolver un casos práctico, elegido por el estudiante de acuerdo con el profesor de la asignatura.

2.2. Entrega de documentación del trabajo: 30%
Los estudiantes entregarán a través de la Plataforma Aula Global el ensayo escrito correspondiente y la presentación utilizada para la exposición, así como otra documentación complementaria que consideren oportuna.

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Binkhorst, E. and Den Dekker, T. Agenda for Co-creation Tourism Experience Research, Journal of Hospitality Marketing and Management, 18,2-3,311¿327., 2009
- Bustamante, E. and F. Rueda (coord.) II Informe sobre el estado de la cultura en España 2014: la salida digital, Madrid, Observatorio de Cultura y Comunicación, 2015
- Bustamante, Enrique Industrias Creativas. Amenazas sobre la cultura digital, Gedisa, 2011
- Calderero, A. , Pérez, J. & Ugalde, I. Territorio inteligente y espacio de economía creativa: una primera aproximación conceptual y práctica de investigación, XVI Congreso de Estudios Vascos: Desarrollo Sostenible-IT. el futuro. Donostia , Eusko Ikaskuntza, 2006. pp. 613-618. , 2006
- Celaya, Javier Anuario ACE de cultura digital 2015, Acción Cultural Española, 2016
- Evans & Shaw The contribution of culture to regeneration in the UK: A review of evidence, Department of Culture, Media and Sport; UK, 2004
- Florida, Richard El gran Reset: Nuevas formas de vivir y trabajar para impulsar la prosperidad, Barcelona, Paidós, 2011, 2011
- Florida, Richard La clase creativa: la transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI, Barcelona, Paidós, 2011
- Groys, Boris Sobre lo nuevo: ensayo de una economía cultural. , Valencia, Pre-Textos, 2005
- Howkins, John The creative economy: How people make money from ideas, Londres, Penguin, 2002
- Keating, Paul Creative Nation, Australia, 1994
- Miége, Bernard Capitalisme et Industries Culturelles, 1978, 1978
- Rausell Köster, Pau La cultura como factor de innovación económica y social, Sostenuto.
- Rausell, P., Abeledo, R., Carrasco, S, Martínez, J. Cultura: estrategia para el desarrollo local. , Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo, 2007
- Richards, Greg Creativity and tourism: The State of the Art, Annals of Tourism Research Volume 38, Issue 4, October 2011, Pages 1225¿1253, 2011
- Richards, Greg y Raymond, Crispin Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? , Tourism Management Volume 27, Issue 6, December 2006, Pages 1209¿1223, 2006

- Sassen, Saskia Cities in a world economy, California, Pine Forge Press (A Sage Publications Company), 1994

- Sassen, Saskia Cities in a world economy, California, Pine Forge Press (A Sage Publications Company), 1994

- Zallo, Ramón Cultura, industria cultural e innovación en la Comunidad Autónoma de Euskadi: una especialización pendiente, Ekonomiaz, 78(3), pp. 146-185, 2011

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Creative Industries Mapping Document . Creative Industries Mapping Document: <a href=" http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_2001/" type="Reference" target="_blank">
- Creative Tourisme Network . Creative Tourisme Network: http://www.creativetourismnetwork.org/bibliography/

- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte . Manual de políticas sobre cómo hacer un uso estratégico de los programas de ayuda de la Unión Europea: http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2012/Manual_politicasEU.pdf

- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte . Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas: http://www.calameo.com/read/0000753350b1ce9d39fb9
- The economy of culture in Europe . The economy of culture in Europe: http://tinyurl.com/ybmho5a

- UNSCO . Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOCulturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf