

Codi- Assignatura	064523 – Turisme eno-gastronòmic		
Matèria	Turisme i cultura	Curs	Tercer/Quart
Tipus assignatura	Optativa de menció en direcció turística	Crèdits	3cr. ECTS
Hores presencials	30 hores	Hores de treball autònom	45 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

En aquest curs, els estudiants aprenen de primera mà les característiques d'un nou tipus de turisme que satisfà les necessitats del turista del segle XXI. El turisme gastronòmic és una nova forma de turisme que va sorgir del interès en la demanda de viatges de la motivació generada pels aliments a partir de productes d'un lloc, menjar i beguda i tot el relacionat amb la cultura culinària d'una destinació. Vi, com un dels més desenvolupament de productes turístics, juga un paper important en aquesta assignatura.

El curs es divideix en quatre temes. El primer està dedicat a una millor comprensió del turisme relacionat amb el vi i la gastronomia, a partir de l'anàlisi per separat de l'evolució i la influència que ha tingut el vi i el menjar en la nostra societat i la revolució que ha portat el turisme com a activitat social i econòmica en les últimes dècades en el nostre temps d'oci. En el segon, l'alumne coneixerà les definicions i característiques de la gastronomia i el turisme del vi, els actors involucrats, el funcionament de l'empresa i el seu valor com a recurs turístic tangibles i intangibles a les regions del vi i la gastronomia.

Amb aquest coneixement adquirit en les dues primeres qüestions, en el tercer bloc es treballa la manera com es creen i es produeixen productes i activitats més conegudes de vi, aliments i turisme gastronòmic. L'últim tema revelarà com s'ha desenvolupat aquest tipus de turisme al món, les diferències entre les activitats proposades en diferents regions del món i, a més, s'analitza el fenomen a nivell nacional.

COMPETÈNCIES GENERALS

CG02- Tenir visió de negoci.

CG09- Treballar en un context internacional.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE06- Analitzar i avaluar el potencial turístic per al disseny de productes, serveis i projectes.

CE10- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE12- Identificar, revaloritzar i gestionar el patrimoni cultural i natural per a ús turístic.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Introducció al vi i la gastronomia.
2. El sistema de vi i gastronomia i menjar.
3. El vi mundial i el turisme gastronòmic.
4. Turisme vinícola i gastronòmic.

METODOLOGIA

La metodologia d'aprenentatge que es posa en pràctica en aquesta assignatura està formada per diversos elements clau que, de forma complementària, aconseguen els objectius definits anteriorment.

A continuació es concreten algunes metodologies a utilitzar de forma general, sense que aquesta proposta limiti la utilització d'altres que es vegin com a necessàries:

- Classes expositives
- Exercicis pràctics
- Tallers pràctics
- Lectures

SISTEMES D'AVALUACIÓ

L'avaluació és el procés de valoració del grau d'assoliment dels aprenentatges per part de l'estudiant en relació a les competències pròpies d'aquesta assignatura.

En aquest sentit l'estudiant podrà optar per ésser avaluat de forma continuada durant el curs o mitjançant una avaluació única al final del període establert.

Avaluació Continuada: consisteix en la valoració del procés d'ensenyament-aprenentatge a partir del seguiment continuat durant el curs del treball que realitza l'estudiant i dels aprenentatges que incorpora.

Avaluació Única: consisteix en la valoració d'aquest procés al final del període establert, per a tot aquell estudiant que, per raons justificades, no pot assistir regularment a les classes presencials. Aquesta valoració es realitza a partir de les evidències que aquesta assignatura té dissenyades a aquests efectes.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Resolució d'exercicis pràctics avaluables	60 %	40 %
Prova escrita final	40 %	60 %

Reavaluació de l'Assignatura

En el cas que l'estudiant no aconsegueixi assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, té l'opció de seguir un procés de reavaluació, oferint-li la possibilitat de demostrar novament la seva capacitat per a l'assoliment de les competències associades en aquesta assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (2014): Programa Enoturisme a Catalunya. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

AGÈNCIA CATALANA DE TURISME (2015): Agenda d'esdeveniments enoturístics a Catalunya 2015. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CIUDADES DEL VINO (ACEVIN)(2015): Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España 2014. ACEVIN y Secretaría de Estado de Turismo, Madrid.

BROWN G. I GETZ, D. (2005): "Linking wine preferences to the choice of wine tourism destinations" en Journal of Travel Research, vol. 43 núm 3, pp. 266-76.

CARLSEN, J. i CHARTERS, S. (coord.) (2006): Global Wine Tourism. Research Management & Marketing. Editorial CABI, Wallingford (Regne Unit).

CHARTERS, S. i ALI-KNIGHT, J. (2002): "Who is wine tourist?" al Tourism Management, vol. 23. núm. 3, pp. 311-19.

DODD, T. i BEVERLAND, M. (2001): "Winery tourism life-cycle development: a proposed model" en Tourism Recreation Research, vol. 26 núm. 2, pp. 11-21.

ELÍAS PASTOR, L.V. (2006): El Turismo del vino, otra experiencia de ocio. Editorial Deusto, Bilbao.

GETZ, D. i BROWN, G. (2006): "Critical success factors for wine tourism destinations" en Tourism Management, vol. 27 núm. 1, pp. 146-58.

HALL, C.M.; SHARPLES, L.; CAMBOURNE, B. i MACIONIS, N. (2000): Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Editorial Butterworth-Heinemann, Oxford.

LÓPEZ, T.; RODRÍGUEZ, J; SÁNCHEZ, S. i LUJÁN, M. (2011): "The development of wine tourism in Spain" en International Journal of Wine Business Research, vol.23 núm. 4, pp. 374-86.

LÓPEZ-GUZMÁN, T.; RODRIGUEZ, J. i VIEIRA, A. (2013): "Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España" en Cuadernos de Turismo, núm. 32, pp. 171-188.

MEDINA, F.X. I TRESSERRAS, J. (2008): "Turismo Enológico y rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: DO Penedès y DO Montsant" en Pasos, vol.6 núm. 2, pp. 493- 509.

MEDINA, F.X.; SERRANO MIRACLE, D. I TRESSERRAS, J. (coord.) (2011): Turismo del vino: análisis de casos Internacionales. Editorial UOC, Barcelona.

MITCHELL, R. i HALL C.M. (2006): "Wine tourism research: the State of play" en Tourism Review International, vol. 9, núm. 4, pp. 307-32.

ORGANITZACIÓ INTERNACIONAL DEL VI (OIV) (2015): World vitiviniculture situation en Statistical Report on World Vitiviniculture. OIV, París.

ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2015). Annual Report 2014. OMT, Madrid.

ORGANITZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (2013). Highlights Report 2013. OMT, Madrid.

PEÑÍN, J. (2008). Historia del Vino. Editorial Espasa Calpe, Madrid.

TOLOSA, LL. i ANTÚNEZ, C. (2013): Guia d'enoturisme del Pla de Bages. LTA Edicions, Barcelona.

TOLOSA, LL. i ANTÚNEZ, C. (2014): Guia d'enoturisme de la DO Alella. LTA Edicions, Barcelona.

TOLOSA, LL. (2015): Barcelona Wine: enjoy wine tourism in the city. LTA Edicions, Barcelona.

SERRANO MIRACLE, D. (2007): Análisis y propuestas para desarrollar el Enoturismo en Cataluña. Escola Universitària d'hoteleria i turisme CETT, Barcelona.

SERRANO MIRACLE, D. (2010): "Catalunya" en López Olivares, D. i Del Valle Tuero, E.A. (dir): La actividad turística española en 2009, pp. 425-435- AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo). Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.