

Codi- Assignatura	<b>064535 – Nous mercats turístics emergents i claus de competitivitat</b>		
Matèria	Gestió d'empreses i serveis turístics	Curs	Tercer/Quart
Tipus assignatura	Optativa de menció en direcció turística	Crèdits	3 cr. ECTS
Hores presencials	30 hores	Hores de treball autònom	45 hores

#### BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

---

La comprensió de les oportunitats i dels reptes del desenvolupament de nous mercats turístics en destinacions emergents avui en dia és crucial per a les empreses de turisme, per tal de garantir el creixement sostenible i una diversificació suficient per satisfer les necessitats dels seus clients.

Durant el curs s'establirà el focus sobre les destinacions i el procés d'internacionalització de les empreses turístiques, juntament amb un anàlisi dels avantatges dels mercats emergents. Finalment, s'aborda l'enfocament centrat en el client per desenvolupar i fer créixer els nous mercats, discriminar quins són més rellevants i atractius en funció dels clients objectiu.

#### COMPETÈNCIES GENERALS

---

CG02- Tenir visió de negoci.

CG03- Tenir iniciativa i esperit emprenedor.

CG06- Orientar-se al client.

#### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

---

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

CE10- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE14- Identificar i gestionar els aspectes interns, funcions i processos operatius de les unitats de negoci turístiques.

#### CONTINGUTS TEMÀTICS

---

1. Internationalization of a tourism company.
2. Tourism emerging markets.
3. The new tourists.
4. New tourism needs and emerging products.

## METODOLOGIA

En aquesta assignatura les estratègies d'aprenentatge previstes contemplen una diversitat de diferents activitats i accions a fi de donar resposta a l'adquisició de les competències vinculades en aquesta assignatura i que impliquen el desenvolupen de diferents capacitats:

- Classes magistrals
- Classes expositives
- Debat dirigit
- Treballs en grup
- Treballs individuals
- Exercicis pràctics
- Estudi de casos
- 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 efecte.

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

---

Pla, J., León, F. (2004). La dinámica de la competencia internacional hacia la empresa transnacional. *Universia Business Review*, 3(), 85-101

Anton Clavé, Salvador (2012). 10 lliçons sobre turisme. El repte de reinventar les destinacions. Planeta.

Marín Rojo, Inmaculada (cop. 2004). Dirección y gestión de empresas del sector turístico (4a ed). Madrid: Pirámide

Josep Ejarque (2005). Destinos Turísticos de éxito. Ediciones Pirámide

Kotler, P., Trías de Bes, F. (2004). Marketing lateral. Madrid: Pearson Educación. Catàleg

Pla, J., León, F. (2004). La dinámica de la competencia internacional hacia la empresa transnacional. *Universia Business Review*, 3(), 85-101

Clarke, A; Chen, W. (2007). *International Hospitality Management*. Elsevier Butterworth Heinemann.

Berger, F; Brownell, J. (2008). *Organizational Behavior for the Hospitality Industry*. Pearson Education. New Jersey

Such Devesa, M. (2007). *La Financiación de las Multinationales hoteleras españolas*. Delta Publicaciones. Madrid

David J. Teece<sup>1</sup> (2013) Knowledge, Entrepreneurship, and capabilities: Revising the Theory of the mNE. *Universia Business Review*

UNWTO Tourism Towards 2030, Global overview

UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition

World Travel Market Global Trends Report, 2014, Passport Euromonitor International

The new online travel consumer, Passport Euromonitor international

The Chinese Outbound Travel Market – 2012 Update. Published by the World Tourism Organization and the European Travel Commission

The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. Published by the World Tourism Organization and the European Travel Commission

AM Report: The power of youth travel Estudio del Viajero Español 2012- LookInside.travel Agència Catalana de Turisme. Memòria 2012