

Codi- Assignatura	540013 - Aliments i Territori: Turisme Gastronòmic		
Matèria	Turisme Cultural		
Tipus assignatura	Optativa	Crèdits	6 cr. ECTS
Hores presencials	42 hores	Hores de treball autònom	108 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

L'interès per la gastronomia s'ha convertit en motivació principal dels desplaçaments turístics, i en una important aposta pel desenvolupament socioeconòmic i la sostenibilitat cultural i mediambiental per part de molts territoris. *L'assignatura Aliments i territori: turisme gastronòmic* pretén aproximar l'alumne a la realitat dels fenòmens turístics vinculats a l'alimentació i la gastronomia, enteses com a signe cultural distintiu de les societats i com a element de producció i caracterització del paisatge.

Es farà especial èmfasi en els aspectes que es relacionen amb l'evolució i l'auge recent d'aquests fenòmens, amb les diferents formes que està adquirint, amb les implicacions que es deriven de l'anàlisi geogràfica dels territoris productius susceptibles de convertir-se en espais turístics i, molt especialment, amb la conversió del patrimoni gastronòmic en element clau del desenvolupament territorial i motivació essencial dels desplaçaments turístics.

En definitiva, l'assignatura pretén establir un marc de coneixement i un espai d'anàlisi d'experiències sobre el context geogràfic de la producció agroalimentària, vinculant aquest al desenvolupament local i a la transcendència territorial, econòmica i social de les activitats lligades a la gastronomia, per dotar l'alumne d'eines que li permetin desenvolupar projectes innovadors de promoció, investigació i gestió del patrimoni gastronòmic vinculats al turisme.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG2- Treballar en equip.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE1- Comprendre els principis del turisme i del patrimoni cultural i la importància de l'impacte sociocultural i mediambiental que es deriva.

CE6- Analitzar i avaluar el potencial turístic dels recursos culturals, gastronòmics i del territori per al disseny de productes, serveis i projectes innovadors.

CE7- Planificar i desenvolupar estratègies i accions de venda i comunicació de projectes turístics.

CE8- Dominar els fonaments i les tècniques de la didàctica del patrimoni i aplicar-la a l'àmbit turístic.

CE12- Transformar idees i coneixements en valor per al client generant resultats sostenibles per a les organitzacions turístiques i la societat

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Gastronomia i activitat turística: característiques i evolució del fenomen.
2. Qüestions conceptuals i terminològiques: turisme gastronòmic, turisme culinari, enoturisme, producte local, "terroir", destinació gastronòmica. El turisme gastronòmic com a objecte d'estudi.
3. Recurs, atractiu i producte turístic: la valorització turística dels productes i les cuines locals.
4. Producció agroalimentària, marques de protecció i desenvolupament turístic.
5. La degustació com a eina de valor turístic: cuina, restaurants i turisme.
6. Fires, mercats locals i circuits curts de comercialització del producte local.
7. Rutes gastronòmiques.
8. Turisme del vi. Creació, gestió i comercialització de productes enoturístics.
9. Paisatges productius i turisme: oleoturisme, holeriturisme, turisme rural.
10. El turisme gastronòmic com a eina de desenvolupament territorial.
11. La comunicació del turisme gastronòmic: guies gastronòmiques, senyalització i informació turística.
12. Presentació i anàlisi d'experiències enoturístiques d'èxit.

METODOLOGIA

La metodologia d'aprenentatge de l'assignatura està basada en exposicions de conceptes i idees, complementades amb exemples i casos pràctics d'aplicació, a més de discussions en grup i activitats a l'aula i autònomes.

S'ha de fomentar de manera especial la participació dels alumnes i la discussió sobre els temes proposats. Serà fonamental la col·laboració de l'alumne amb el seguiment de les lectures i exercicis proposats, a fi de contribuir al fet que la participació a classe sigui fonamentada i àgil.

S'estimularà l'esperit de recerca i documentació i la capacitat de treballar de forma autònoma, mitjançant l'elaboració d'exercicis i treballs per part de l'alumne, tant dins com fora de classe.

SISTEMES D'AVUACIÓ

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 ser avaluat de forma contínua 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. Per poder optar a ser avaluat en aquesta modalitat, caldrà assistir a un mínim del 80% de les classes presencials.

Avaluació Única: consisteix en la valoració d'aquest procés al final del període establert, per a aquells estudiants que, per raons justificades, no han pogut assistir regularment a les classes presencials. Aquesta valoració es realitza a partir de les evidències que aquesta assignatura té assignades per a aquesta modalitat.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Activitat 1 (individual)	30 %	40 %
Activitat 2 (grupal)	30 %	---
Activitat final (individual)	40 %	60 %

Revaluació de l'assignatura

En el cas que l'estudiant no aconsegueixi els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, té l'opció de seguir un procés de revaluació que ofereix la possibilitat de demostrar novament la seva capacitat per adquirir les competències associades a aquesta assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

ÁLVAREZ, M. y MEDINA, F-X. (eds) (2008), Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América. Ed.Icaria.

ARMESTO LÓPEZ, X. A. Y GÓMEZ MARTÍN, B. (2001). "Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat". Cuadernos Geográficos, 34, 83-94.

BELL, D. y VALENTINE, G. (2013) Consuming Geographies: We Are Where We Eat (1ª ed. 1997), Routledge, 2013

BESSIÈRE, J. (2006). "Terroir, gastronomie et tourisme: manger ailleurs, manger « local »: la fonction touristique de la gastronomie de terroir". Espaces, tourisme et loisirs, 242, 16-21.

BONIFACE, P. (2003), Tasting tourism: travelling for food and drink, Ashgate Publishing Ltd.

CARLSEN, J., CHARTERS, S. (2007), Global wine tourism: research, management and marketing, Cabi Publishing Series.

CROCE, E. y PERRI, G. (2010), Food and Wine Tourism: Integrating Food, Travel and Territory, CAB International

- ELIAS PASTOR, L. V. (2006). El turismo del vino: Otra experiencia de Ocio. Universidad de Deusto.
- ESPEITX, E. (2004). "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular". PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural , 2 (2), 193-213.
- GARCÍA MARCHANTE, J, GARCÍA HERNÁNDEZ, M., TROITIÑO, M.A. (2008), Destinos turísticos: viejos problemas ¿nuevas soluciones? Univ. de Castilla-La Mancha.
- GETZ, D., ANDERSSON, T, ROBINSON, R., VUJICIC, S. (2014), Foodies and food tourism, Goodfellow Publ.
- GILLESPIE, C. (2001), European gastronomy into the 21st century, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed.
- HALL, C. M. (2004), "Wine, food, and tourism marketing", Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 14, nº 3/4, Routledge Ed.
- HALL, C. M., SHARPLES, L., MITCHELL, R., MACIONIS, N. Y CAMBOURNE, B. (2003), Food Tourism Around the World. Elsevier.
- HALL, C. M. Y GOSSLING, S. (Eds.) (2013), Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality, Routledge Eds.
- HJALAGER, A-M., RICHARDS, G. (2002), Tourism and gastronomy, Routledge Eds.
- LONG, L.M. (2004), Culinary tourism, University Press of Kentucky.
- MEDINA, F. X. y TRESSERRAS, J., (Eds.) (2007), Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el mediterráneo, IBERTUR, Universitat de Barcelona/Institut Europeu de la Mediterrània, Barcelona.
- Medina, F.X., Serrano, D. y Tresserras, J. (2011), Turismo del vino: Análisis de casos internacionales, Universitat Oberta de Catalunya.
- MICHAEL HALL, C., SHARPLES, L (Ed.) (2003), Food tourism around the world: development, management, and markets, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed. 2003
- MICHAEL HALL, C., SHARPLES, L. (2008), Food and Wine Festivals and Events Around the World, Butterworth-Heinemann, Oxford, Elsevier Ed.
- MORA, P., CASTAING, Y. (2006), Buenas prácticas en marketing del vino: 20 estudios de casos de vinos del mundo, Mundi-Prensa Libros.
- NORRILD, J.A. (2003), Gastronomía y turismo. Cultura al plato, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Universidad de Texas.
- OMT (2012). Global Report on Food Tourism, AM Reports, Vol. 4. http://dtxta4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf
- RIBES, Fr. (ed.) (2012), Guía del turismo gastronómico en España, Ed. Anaya.
- SIDALI, K.L., SPILLER, A. y SCHULSE, B. (Eds.) (2011), Food, Agri-Culture and Tourism: Linking Local Gastronomy and Rural Tourism: Interdisciplinary Perspectives, Ed. Springer.
- SCHLÜTER, R. (2006). Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva, Editora Argentina. http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo_y_patrimonio.pdf