



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Patrimonio cultural y turismo

Asignatura	Patrimonio cultural y turismo			
Código	002M143V03216			
Titulación	Máster Universitario en Valoración, gestión y protección del patrimonio cultural			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Historia, arte y geografía Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	de Uña Álvarez, Elena Pilar			
Profesorado	de Uña Álvarez, Elena Pilar Gil Pereiras, María del Carmen			
Correo-e	edeuna@uvigo.es			
Web	<a href="http://faitic.uvigo.es">http://faitic.uvigo.es</a>			
Descripción general	En la actualidad asistimos a un aumento de la demanda de turismo cultural, en paralelo al incremento de la valorización y producción de los bienes del Patrimonio Cultural. Esta materia persigue dotar al alumnado de metodologías que posibiliten canalizar el potencial de los recursos culturales existentes en los destinos turísticos como oferta turístico-cultural.			

## Competencias

Código	
A3	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
B1	Adquirir la capacidad para diferenciar y valorar las diversas expresiones del Patrimonio cultural, conocer las herramientas para su cuantificación y protección, así como las diferentes perspectivas que abordan su gestión.
C8	Entender los valores multifactoriales del Patrimonio cultural, y valorarlo adecuadamente conforme a criterios de uso social.
C13	Desarrollar la capacidad para la toma de decisiones sobre la función que se asigna al Patrimonio, su puesta en valor y uso público, y para la elaboración de estrategias encaminadas a su recuperación.
D7	Concebir la protección del Patrimonio cultural en un marco de desarrollo sostenible.
D9	Conocer y manejar la legislación aplicable al sector, conocer el entorno social y empresarial y saber relacionarse con la administración competente integrando este conocimiento en la elaboración de proyectos de ingeniería y en el desarrollo de cualquiera de los aspectos de su labor profesional.

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Aplicar estrategias territoriales, relacionadas con el carácter de los recursos, y estrategias comerciales, contemplando las políticas de producto, precio, distribución y promoción de bienes del patrimonio cultural	A3	B1	C8 C13	D7 D9
Diseñar, crear y desarrollar planes y productos turísticos a partir del patrimonio cultural y en función de las necesidades del mercado	A3	B1	C8 C13	D7 D9
Definir un plan de comunicación integral que contribuya a poner en valor los recursos y paquetes turísticos culturales creados	A3	B1	C8 C13	D7 D9

Formular pautas y directrices metodológicas para la comunicación con el público, para la presentación del patrimonio in situ a ese público, y para transmitir un mensaje impactante que, en lo posible, trascienda al mero hecho de la visita

A3 B1 C8 D7  
C13 D9

## Contenidos

Tema	
1. La inserción del Patrimonio Cultural en el turismo	1.1 Conceptos básicos 1.2 Patrimonio Cultural y actividad turística
2. Fases del proceso de planificación y gestión del turismo cultural	2.1 Oferta, producto y consumo cultural 2.2 La interpretación del patrimonio como herramienta para la gestión y la planificación turística
3. Estudios de caso	3.1 Rehabilitaciones y productos culturales 3.2 Rutas e itinerarios culturales

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	1	2
Estudio de casos	1	4	5
Seminario	4	8	12
Prácticas autónomas a través de TIC	0	30	30
Trabajo	0	20	20
Observación sistemática	0	6	6

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia.
Estudio de casos	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Seminario	Explicación, asesoramiento y desarrollo de contenidos para la orientación del proceso de aprendizaje, mediante las sesiones en aula virtual.
Prácticas autónomas a través de TIC	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan a través de las TIC de manera autónoma.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	Orientación sobre el nivel de aprendizaje requerido, la naturaleza de los materiales disponibles y la dinámica de desarrollo de la materia en la plataforma de teledocencia.
Seminario	Orientaciones específicas, resolución de dudas y problemas sobre las secuencias de contenidos teórico-prácticos en la plataforma de teledocencia.

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajo	Creación, análisis y/o documentación de una propuesta/proyecto actual o pasado relacionada con los contenidos de la materia, que será entregada vía telemática. Evaluación de resultados de aprendizaje: Diseñar, crear y desarrollar planes y productos turísticos a partir del patrimonio cultural y en función de las necesidades del mercado; Definir un plan de comunicación integral que contribuya a poner en valor los recursos y paquetes turísticos culturales creados.	40	A3 B1 C8 D7 C13 D9

Observación sistemática	Control y observación sistemática del progreso del alumnado en relación con la materia mediante el uso eficiente y la intervención en el entorno virtual. Incluye participación activa en sesiones virtuales, foro y actividades propuestas por las docentes. Evaluación de resultados de aprendizaje: Aplicar estrategias territoriales, relacionadas con el carácter de los recursos, y estrategias comerciales, contemplando las políticas de producto, precio, distribución y promoción de bienes del patrimonio cultural; Formular pautas y directrices metodológicas para la comunicación con el público, para la presentación del patrimonio in situ a ese público, y para transmitir un mensaje impactante que, en lo posible, trascienda al mero hecho de la visita.	60	A3 B1 C8 D7 C13 D9
-------------------------	---	----	-----------------------

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Según la normativa vigente, existen dos convocatorias de evaluación para el alumnado que se ajustarán a las fechas oficiales determinadas por la planificación del Máster.

---

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Ballart, J. y Tresseras, J.I., **Gestión del patrimonio Cultural**, Ariel, 2001

Du Cross, H. y Mckercher, B., **Cultural Tourism**, Routledge, 2015

Martos Molina, H., **Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural: manual para gestores culturales**, Trea, 2016

Querol, M.A., **Manual de gestión del Patrimonio Cultural**, Akal, 2010

Recuero, N.; Blasco, F. y García de Madariaga, J., **Marketing del turismo cultural**, Esic, 2016

#### Bibliografía Complementaria

---

### Recomendaciones

---

### Otros comentarios

La docencia de la materia utiliza la plataforma docente Moodle de manera presencial, participando a través de videoconferencia (como Adobe Connect). Para poder recibir la docencia de manera efectiva, es recomendable, previamente al comienzo de la materia, consultar el manual de acceso a la plataforma para poder asistir a las sesiones remotas. Esta información está dispensable en el espacio común del máster. Es imprescindible que el alumnado acceda a la plataforma docente previamente al comienzo del curso.