



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUIA DOCENT D'INDÚSTRIA DEL TURISME I DE L'OCI ESPORTIU 2026- 2027

DADES GENERALS

Nom Assignatura:	Indústria del turisme i del lleure esportiu
Codi:	801737
Curs:	2026-2027
Titulació:	Grau en Ciències i Tecnologies Aplicades a l' Esport i al Acondicionament Físic
Nº de crèdits (ECTS):	6
Requisits:	Sense requisits previs
Ubicació en el pla d' estudis:	Tercer curs, primer quadrimestre
Departament:	Direcció Estratègica i Organització
Responsable departament:	Dra. Cristina Cáliz Rivera
Data de l' última revisió:	Setembre de 2026
Professor Responsable:	Javier Vall De Porcioles

1. DESCRIPCIÓ GENERAL

El curs introduirà l' alumne al món del turisme vinculat a l' activitat física. El curs es dividirà en tres parts.

La primera part aproximarà l' alumne al món turístic, permetent conèixer la seva estructura, el seu desenvolupament, així com els diferents actors que hi participen. A més, s' entrarà en la terminologia específica, tant en català i castellà, com en anglès.

La segona part se centra en la tipologia de turisme vinculada a l' activitat física i a l' esport. S' oferiran eines per analitzar i comprendre l' oferta i la demanda de productes turístics tant esportius com actius. Es treballaran les diferents característiques perquè l' alumne sigui conscient de les seves diferències i de les oportunitats que el turisme pot oferir. També es farà una introducció al món dels esdeveniments esportius, la seva tipologia, les fases per a la seva concepció i realització i la posterior anàlisi d' impacte. Es realitzarà una part pràctica amb la creació d' un producte turístic, des de la seva concepció fins a la seva posada en marxa i comercialització.

I finalment, la tercera part del curs serà per centrar-se en les diferents empreses de turisme esportiu que es poden crear i gestionar.

2. OBJECTIUS

En finalitzar el curs l'estudiant serà capaç de:

- Conèixer les característiques del mercat turístic vinculat a la pràctica esportiva
- Identificar els actors turístics i les seves funcions
- Conèixer i saber analitzar les diferències i tendències del turisme esportiu i actiu
- Saber analitzar i avaluar la concurrència en el mercat turístic
- Conèixer les característiques del turisme esportiu, el perfil de l'usuari.
- Conèixer les ofertes esportives vinculades al turisme
- Conèixer el model de demanda de turisme vinculat a l'esport
- Saber analitzar el potencial turístic esportiu d'un territori.
- Conèixer les activitats pròpies del turisme esportiu actiu i els seus recursos.
- Conèixer les característiques de les empreses vinculades al turisme esportiu i els requisits per a la seva creació, implantació i desenvolupament.

3. CONTINGUTS

BLOC 1. CONCEPTUALITZACIÓ TURISME ESPORTIU I ACTIU

TEMA 1: FONAMENTS DEL TURISME

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Conèixer la terminologia turística.
2. Diferenciar entre turisme actiu i turisme esportiu i lleure esportiu.
3. Identificar els principals agents turístics.
4. Entendre el context del turisme vinculat a l'activitat física.

Contingut

- 1.1.1. Conceptes bàsics del turisme.
- 1.1.2. El sistema turístic i les seves característiques
- 1.1.3. Relació entre esport, lleure esportiu i turisme
- 1.1.4. El producte i les empreses turístiques
- 1.1.5. Concepte de distribució i tour operació
- 1.1.6. Política turística i destinacions turístiques esportives

TEMA 2: INTRODUCCIÓ AL TURISME ESPORTIU

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Diferenciar les diferents tipologies de turisme esportiu.
2. Comprendre la importància del desenvolupament del turisme esportiu en les destinacions.
3. Analitzar les característiques de l'oferta de turisme esportiu.
4. Analitzar el perfil de la demanda del client de turisme esportiu.

Contingut

- 1.2.1. L'esport com a àmbit del desenvolupament turístic
- 1.2.2. Anàlisi de l'oferta. Tipologies i àmbits del turisme esportiu
- 1.2.3. Determinants del turisme esportiu: litoral, interior i muntanya
- 1.2.4. La demanda. Característiques i perfil de turistes esportius
- 1.2.5. Infraestructures i recursos per al desenvolupament del turisme esportiu

TEMA 3: Introducció al turisme actiu

Resultats específics de l'aprenentatge

L'estudiant després d'estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Comprendre la importància del desenvolupament del turisme actiu en les destinacions
2. Identificar els principals mercats emissors del turisme actiu
3. Analitzar les característiques de l'oferta de turisme actiu
4. Analitzar el perfil de la demanda del client de turisme actiu

Contingut

- 1.3.1. Conceptualització del turisme actiu: turisme i natura
- 1.3.2. Anàlisi de l'oferta. Tipologies del turisme actiu: experiències i viatges
- 1.3.3. Anàlisi de la demanda. Característiques i perfil de turista actiu

BLOC 2. CANALS DE COMUNICACIÓ I COMERCIALITZACIÓ

TEMA 1: EL PRODUCTE TURÍSTIC VINCULAT A L'ACTIVITAT FÍSICA

Resultats específics de l'aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Crear i dissenyar un producte turístic
2. Detectar el target de públic i les seves necessitats
3. Detectar les infraestructures necessàries
4. Desenvolupar un pressupost i establir un preu venda públic
5. Aprendre a utilitzar noves eines tecnològiques per a la creació de rutes

Contingut

- 2.1.1. Característiques per al disseny d'un producte turístic esportiu
- 2.1.2. Creació dels paquets turístics: necessitats, infraestructures, preu, comissions
- 2.1.3. Stage entrenament, semi-professionals i clínics
- 2.1.4. Tecnologies en el disseny de rutes i en la planificació turística

TEMA 2: PROMOCIÓ I COMERCIALITZACIÓ PRODUCTES TURÍSTICS

Resultats específics de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Conèixer els canals de comercialització dels productes turístics esportius i de lleure
2. Conèixer la legislació vigent per a la comercialització dels productes turístics
3. Reconèixer la terminologia per als diferents canals de venda (B2B & B2C)
4. Desenvolupar estratègies per a la comercialització de productes turístics esportius
5. Redactar material per a la comercialització

Contingut

- 2.2.1. La promoció turística
- 2.2.2. Funcions i característiques de la distribució turística
- 2.2.3. Els intermediaris turístics

BLOC 3. EMPRESES ESPECIALITZADES I GESTIÓ

TEMA 1: LES EMPRESES DE TURISME ESPORTIU I ACTIU

Resultats específics de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

1. Distingir les diferents empreses turístiques vinculades a l' esport i la més adequada per a cada activitat
2. Conèixer les gestions que es necessiten per crear una empresa turística esportiva

3. Comprendre els sistemes de qualitat implantats a les empreses

Contingut

- 3.1.1. Tipologia d' empreses turístiques vinculades al turisme esportiu i actiu
- 3.1.2. Creació, implantació i desenvolupament de les empreses turístiques vinculades a l' activitat física i l' esport.
- 3.1.3. Sistemes de qualitat en les empreses de turisme esportiu actiu.
- 3.1.4. Gestió dels recursos materials i personals en el turisme vinculat a l' esport

TEMA 2: ESDEVENIMENTS ESPORTIUS

Resultats específics de l' aprenentatge

L' estudiant després d' estudiar el capítol i realitzar els exercicis, serà capaç de:

- 1. Distingir els diferents esdeveniments esportius
- 2. Conèixer tots els aspectes necessaris per organitzar i comercialitzar un esdeveniment esportiu
- 3. Analitzar els diferents tipus d' esdeveniments segons la seva magnitud, repercussió i temporalitat
- 4. Desenvolupar models adequats a cada tipus d' esdeveniment
- 5. Analitzar l' impacte produït per l' esdeveniment

Contingut

- 3.2.1. Introducció als esdeveniments esportius
- 3.2.2. Tipus d'esdeveniment i models d'organització
- 3.2.3. Fases d'un esdeveniment
- 3.2.4. Anàlisi de l'impacte ambiental, econòmic i social dels esdeveniments esportius

4. METODOLOGIA D' ENSENYAMENT I APRENTATGE

L' assignatura pretén explicar conceptes teòrics útils i pràctics per als alumnes per a la sortida professional en el món del turisme esportiu i actiu.

Durant el curs es combinaran les classes teòriques, amb exercicis pràctics i també role playing, debats i jornades amb professionals.

L'avaluació de l'assignatura es realitzarà mitjançant un sistema d'avaluació contínua basat en el desenvolupament d'un projecte aplicat de turisme i lleure esportius, complementat amb una prova final.

Projecte i pràctiques

El projecte de l'assignatura estarà directament vinculat a les pràctiques realitzades durant el curs. Les pràctiques constitueixen les diferents fases de disseny, desenvolupament i planificació del projecte, per la qual cosa són un requisit indispensable per a la seva elaboració i avaluació.

Totes les pràctiques es realitzaran i resoldran a classe, sota la supervisió i orientació del professorat. La seva finalitat és proporcionar a l'alumnat les eines, coneixements i materials necessaris per al desenvolupament progressiu del projecte final.

Per poder presentar i ser avaluat del projecte, l'estudiant haurà d'haver lliurat, com a mínim, el 80% de les pràctiques proposades durant el curs. El no lliurament d'aquest percentatge mínim impedirà l'avaluació del projecte, en considerar-se que no s'han completat les fases necessàries per al seu desenvolupament.

El projecte es realitzarà en grups d'un màxim de tres estudiants.

Criteris d'avaluació del projecte

La qualificació del projecte correspondrà a la valoració conjunta de les pràctiques realitzades durant el semestre, ja que aquestes constitueixen el procés de disseny i construcció d'aquest.

La nota del projecte s'obtindrà a partir dels criteris següents:

- Lliurament i correcta resolució de les pràctiques proposades.
- Aplicació dels continguts de l'assignatura al desenvolupament del projecte.
- Participació activa i intervencions realitzades durant les sessions de treball a classe.
- Qualitat tècnica, viabilitat i coherència del projecte presentat.
- Exposició i defensa pública del projecte.

L'exposició final tindrà com a objectiu valorar la capacitat d'anàlisi, argumentació i presentació de la proposta desenvolupada pel grup.

Ponderació de l'avaluació

Activitat	Pes en la nota final
Projecte (pràctiques, participació i exposició)	40%
Examen final	60%
Examen final	

L' examen final representarà el 60% de la qualificació final de l' assignatura i constarà de:

- Part teòrica: 60% de la nota de l' examen.
- Part pràctica: 40% de la nota de l' examen.

Qualificació final

La nota final (NF) es calcularà mitjançant la següent fórmula:

$$\text{NF} = (\text{Nota Projecte} \times 40\%) + (\text{Nota Examen Final} \times 60\%)$$

L' assignatura es considerarà superada quan la nota final sigui igual o superior a 5,0 sobre 10.

6 BIBLIOGRAFIA

6.1. BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- Blanco, D., Teva, M.R i Nuviala, A. (2014). Manual per a la Planificació, Direcció i Promoció d' Esdeveniments Esportius. CGD. ISBN 978-84-941807- 4-3.
- Cheryl, M. i Adams, L. (2013). Event management in sport, recreation and tourism. Theoretical and practical dimensions. New York: Routledge.
- Derry, M., L. Jago i L. Fredline (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same. Journal of Sport Tourism, vol. 9, nº 3., 235-246.
- Martín Rojo, I. (2020). Direcció i gestió d' empreses del sector turístic. 6a edició. Edicions Piràmide, Madrid.
- Sancho, Amparo (2002). "Introducció al Turisme", Editorial O.M.T. en Educació Turística, Espanya.
- Organització Mundial del Turisme (1998): Introducció al Turisme. Madrid: OMT
- Vogeler Ruiz, C. i Hernández E. (2000). Estructura, operacions i processos de producció. Ramón Areces. Madrid.

6.2. BIBLIOGRAFIA ADDICIONAL

- Acerenza, Miguel Ángel (2006a): Fonaments de Màrqueting Turístic. Sevilla. Trilles.
- Acerenza, Miguel Ángel (2006b): Màrqueting en Fires Turístiques. Sevilla. Trilles.
- Alberto, C; Hernando, V.; Fernández, J.A. (1996). Gestió i direcció d' Empreses Esportives. Teoria i Pràctica. Madrid: Gymnos
- Altés Machín, Carmen (1993): Màrqueting i turisme: Introducció al Màrqueting d'empreses i destinacions turístiques. Sèrie Gestió turística. Madrid: Ed. Síntesi
- Ayora, D.; García, E. (2004). Organització d' Esdeveniments Esportius. Barcelona: Inde.
- Caamaño, J.E. (2012). Project management: tècniques, eines i documents, Màlaga: Vèrtex.
- Departament d'Empresa i Coneixement (2002) Llei 13/2002 de 21 de juny.
- Echevarría, D. (2011). Manual project managers: com gestionar projectes amb èxit. Madrid: Wolters Kluwer
- Gil, Jose (1995). Com organitzar una competició esportiva. Barcelona. Ed. Flash Books.
- Greenwell, C. (2013). Managing Sports Events. Champaign (IL): Human Kinetics.
- García Ferrando, M. (2006). Vint-i-cinc anys d'anàlisi del comportament esportiu de la població espanyola (1980-2005). Revista Internacional de Sociologia, 64(44), 15-38.
- Iglesias Tovar, J. (2000). "Comercialització de Productes i Serveis turístics". Síntesi, Madrid Luque, A. (2003). L' avaluació del medi per a la pràctica d' activitats turístic-esportives a la natura. Quaderns de Turisme, 12, 131-149.

6.3. WEBGRAFIA / BLOGS / ETC.

- Associació Europea de Vies Verdes. (n.d.). Associació Europea de Vies Verdes. <http://www.aevv-egwa.org/es>
- Barcelona Turisme. (n.d.). Turisme de Barcelona. <http://www.barcelonaturisme.com>
- Butlletí Oficial de l' Estat. (2015). Directiva Viatge Combinat. <http://www.boe.es/doue/2015/326/L00001-00033.pdf>
- Institut d'Estudis Turístics (IET). (n.d.). Institut d' Estudis Turístics. <http://www.iet.tourspain.es>
- Ministeri d' Economia. (1999). Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol, PICTE 2000. Secretaria d'Estat de Comerç, Turisme i Pimes / Direcció General de Turisme. <http://www.mcx.es/turismo/>
- Ministeri d' Indústria, Turisme i Comerç. (2007). Pla de Turisme Espanyol Horitzó 2020,

TURISME 2020. <http://www.turismo2020.es>

- Organització Mundial del Turisme (OMT). (n.d.). * Organització Mundial del Turisme