25-26

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CUARTO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

TURISMO CULTURAL Y DE NEGOCIOS

CÓDIGO 65034174

UNED

25-26

TURISMO CULTURAL Y DE NEGOCIOS

CÓDIGO 65034174

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TURISMO CULTURAL Y DE NEGOCIOS
CÓDIGO	65034174
CURSO ACADÉMICO	2025/2026
DEPARTAMENTO	GEOGRAFÍA
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN TURISMO
CURSO - PERIODO - TIPO	- CUARTO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
CURSO - PERIODO - TIPO	- CUARTO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN ECONOMÍA
CURSO - PERIODO - TIPO	- CUARTO - SEMESTRE 2 - OPTATIVAS
Nº ETCS	6
HORAS	150.0
IDIOMAS EN QUE SE IMPARTE	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El patrimonio cultural ha sido una fuente de recursos utilizada por el turismo desde sus orígenes en el siglo XVIII. En esta asignatura, en primer lugar, se realiza un estudio básico de las actividades turísticas relacionadas con la cultura; además, como una prolongación, se plantea el análisis de una forma de turismo emergente: el turismo de negocios. Al contrario que el turismo cultural, el turismo de negocios tiene una historia más corta ya que su aparición y desarrollo es bastante reciente..

La cultura como actividad humana básica genera un patrimonio que es el eje de la asignatura. Así, entendemos que "el Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas." (UNESCO)

En este sentido, el objetivo principal de la asignatura es obtener conocimientos y dominio de los conceptos básicos aplicables al turismo como actividad económica, a partir de todos los aspectos relacionados con la cultura y el mundo de los negocios. El papel de la Geografía, disciplina de la que forma parte el equipo responsable de esta asignatura, es esencial para el objetivo buscado, ya que en su temática más central comprende conceptos plenamente relacionados con el turismo cultural y de negocios. Sin ánimo de ser exhaustivos señalaremos una serie de elementos como el concepto de paisaje cultural, la idea del medio

físico modificado por el hombre como ámbito que se acompaña de valores sociales, artísticos, económicos y políticos, y la noción del territorio como realidad que se adapta a las necesidades del hombre en cada momento histórico.
La asignatura busca el desarrollo de cuestiones de ámbito general, caracterizando el turismo en relación a conceptos como patrimonio cultural, turismo de élite y turismo de masas, legislación sobre el patrimonio, desarrollo local y nuevas formas de turismo. Aunque la visión general es hacia aspectos geográficos, lo cierto es que la diversidad de temas tratados permite al alumno adquirir unos conocimientos de carácter esencial para aquellos que quieran dedicarse de modo profesional a la gestión y planificación de las actividades turísticas. En este sentido, buscamos en el desarrollo de la asignatura y en la evaluación de la misma el desarrollo de los temas alternando los aspectos teóricos y los aspectos prácticos, así como la formación de expertos a partir de la capacidad de adquirir conocimientos e información a partir de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En resumen, se trata de fomentar la búsqueda de estrategias encaminadas a desarrollar el turismo cultural, no solamente como motor económico de lospueblos, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de lasnaciones, garantizando el respeto y la conservación de los mismos.

Turismo Cultural y de Negocios es una asignatura del segundo cuatrimestre del cuarto curso del Grado de Turismo, con carácter especializado y enfocada a ser optativa.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

No se precisan conocimientos previos en esta asignatura, pero es muy conveniente que el alumno maneje el uso de la cartografía, partiendo de atlas general del mundo, así como sepa desenvolverse en la búsqueda de información online. Es especialmente conveniente estar familiarizado con la página web de la UNESCO, la OMT, el INE, el Banco Mundial o el Ministerio de Cultura del Gobierno de España. Es también de gran utilidad la posibilidad de utilizar algunos programas informáticos sencillos, como procesadores de texto y hojas de cálculao, y la navegación con soltura por Internet.
Al tratarse de una asignatura optativa, no se establecen requisitos específicos adicionales más allá de los propios del nivel y curso correspondiente dentro del Grado en el que se integra. No obstante, se recomienda contar con conocimientos medios en materia de Historia y Geografía. Asimismo, es fundamental poseer un adecuado dominio del lenguaje, tanto en comprensión como en expresión escrita, incluyendo la corrección ortográfica; tener la capacidad de utilizar bibliografía en otros idiomas; y haber desarrollado las competencias propias del nivel universitario alcanzado, acorde con las exigencias inherentes a estos estudios.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	CARLOS JAVIER PARDO ABAD
Correo Electrónico	cjpardo@geo.uned.es
Teléfono	91398-8767
Facultad	FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA
Departamento	GEOGRAFÍA

Nombre y Apellidos	JOSE DAVID ALBARRAN PERIAÑEZ (Coordinador/a de asignatura)
Correo Electrónico	josedalb@geo.uned.es
Teléfono	913986724
Facultad	FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA
Departamento	GEOGRAFÍA

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Dr. José David Albarrán Periáñez
Correo electrónico: josedalb@geo.uned.es
Teléfono: 91 398 67 24
Horario de atención: lunes de 10.30h a14.00h y de 16.00h a 19.00h
Dirección:¿ Departamento de Geografía. Facultad de Geografía e Historia de UNED. Paseo de la Senda del Rey 7, 4ª Planta. 28040 Madrid (España)
Dr. Carlos J. Pardo Abad
Correo electrónico: cjpardo@geo.uned.es
Teléfono: 91 398 87 67
Horario de atención: lunes de 10.00h a14.00h
Dirección: Departamento de Geografía. Facultad de Geografía e Historia de UNED. Paseo de la Senda del Rey 7, 4ª Planta. 28040 Madrid (España)
Dr. Aurelio Nieto Codina
Correo electrónico: ancodina@geo.uned.es
Horario de atención: lunes de 10:00 a 14:00
Dirección Departamento de Geografía. Facultad de Geografía e Historia de UNED. Paseo de la Senda del Rey 7, 4ª Planta. 28040 Madrid (España)

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

En el formulario que aparece a continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura. Estas pueden ser:

- **Tutorías de centro o presenciales**: se puede asistir físicamente en un aula o despacho del centro asociado.
- **Tutorías campus/intercampus**: se puede acceder vía internet.

Consultar horarios de tutorización de cualquier asignatura y centro

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

A) Competencias generales:
CG1.1 - Competencias de gestión, planificación, capacidad de aprendizaje y trabajo individual.
CG1.2 - Aplicación de los conocimientos a la práctica.
CG1.3 - Resolución d eproblemas en entornos nuevos o poco conocidos.
CG1.4 - Competencias de gestión de la calidad y la innovación.
CG1.5 - Pensamiento creativo.
CG1.6 - Razonamiento crítico.
CG2.1 - Comptencias de expresión y comunicación en español, inglés y, en su caso, en otras lenguas modernas.
CG2.2 - Competencias en el uso de las herramientas y recursos de la Sociedad del Conocimiento.
CG3.1 - Promover, participar y coordinar las tareas de equipo.
CG4.1 - Conocer y promover los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz.

B) Competencias específicas:
CE01 - Comprender los principios del turismo, e identificar a los agentes económicos que intervienen en el turismo, así como las relaciones que se establecen entre ellos.
CE02 - Comprender y saber analizar las políticas públicas, la estructura y la evolución de los mercados turísticos: relaciones nacionales e internacionales.
CE03 - Comprender, interpretar e identificar los recursos naturales, culturales y patrimoniales relacionados con la actividad turística.
CE04 - Comprender e interpretar las diferentes manifestaciones antropológicas, culturales y sociales que incentivan la actividad turística.
CE08 - Comprender e interpretar el marco legal que regula las actividades turísticas.
CE09 - Comprender y utilizar las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística.
CE10 - Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo.
CE16 - Desarrollar habilidades de aprendizaje para emprender estudios posteriores en el ámbito del turismo con un alto grado de autonomía.
CE21 - Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.
CE22 - Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural.
CE23 - Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos de acuerdo a los principios de sostenibilidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En esta asignatura se estudian dos formas de turismo en alza; una de ellas, el turismo cultural, tiene sus raíces en los inicios del fenómeno turístico; la otra, el turismo de negocios, es una forma de turismo emergente. El elemento común de los dos es su amplia presencia en los espacios urbanos, aunque el turismo cultural tiene unos ámbitos territoriales para su desarrollo más amplios.
En este sentido se insiste en la asignatura en reconocer y comprender las dinámicas de los distintos espacios turísticos, adoptando una escala a nivel mundial en donde el alumno pueda comprender la dimensión geográfica del turismo y los recursos que a tal efecto cuenta cada territorio. Los resultados de aprendizaje más significativos serán los siguientes:
a) Respetar y apreciar el patrimonio cultural como legado imprescindible para el turismo.
b) Programar y difundir nuevas opciones en relación con los recursos turísticos.
c) Elaborar y participar en proyectos de desarrollo sostenible del turismo.
d) Identificar el valor geográfico de los recursos culturales y sus fines turísticos.
e) Usar de forma adecuada la terminología geográfica en relación con la actividad turística.
f) Desarrollar programas de promoción de rutas y destinos turísticos.
g) Identificar los grandes espacios geográficos en los que se desarrolla el turismo cultural y.de negocios.
h) Identificar los aspectos de tipo territorial que pueden facilitar el desarrollo o modificar los flujos turísticos.
i) Designar los factores geográficos determinantes en los procesos turísticos.

CONTENIDOS

Tema 1: Introducción. Conceptos básicos.

Tema 2: Historia del turismo cultural.

Tema 3. Patrimonio cultural, actividades turísticas y su impacto en el territorio

Tema 4. Turismo cultural y museos.

Tema 5. Las ciudades históricas como recurso turístico.

Tema 6. Turismo cultural, acontecimientos y celebraciones.

Tema 7. Recursos turísticos culturales mundiales.

Tema 8. Turismo de negocios.

METODOLOGÍA

La metodología de la asignatura se basa en el modelo de enseñanza a distancia propio de la UNED, combinando el estudio autónomo del estudiante con el apoyo del equipo docente y, en su caso, de un profesor-tutor. Los contenidos teóricos serán trabajados por el alumno a partir del material didáctico proporcionado, complementado con actividades que facilitan la asimilación progresiva de conocimientos. A través del curso virtual, el Equipo Docente orientará el proceso de aprendizaje, ofrecerá pautas de estudio y resolverá dudas, asegurando así el cumplimiento de los objetivos de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	2
Duración del examen	90 (minutos)

Material permitido en el examen

No se permite el uso de ningún tipo de material.

Criterios de evaluación

La Prueba Presencial (PP) consiste en un examen que consta de dos partes. En la primera se plantea el título de dos temas incluidos en los contenidos de la asignatura, entre los que el alumno deberá escoger uno para desarrollarlo a modo de redacción o pequeño ensayo. Esta parte supone el 70% de la nota final del examen.

En la segunda parte el alumno deberá explicar brevemente una serie de conceptos básicos vinculados con el material de la asignatura. Esta parte supone el 30% de la nota.

Para los alumnos que se acojan a la evaluación continua, la Prueba Presencial tendrá un valor el 80% de la calificación final de la asignatura. Por su parte, para quienen no desarrollen la Prueba de Evaluación Continua (PEC), la calificación de la Prueba Presencial, la calificación de la Prueba Presencial representará el 100% de la nota final de la asignatura.

% del examen sobre la nota final	0
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si

Descripción

La **Prueba de Evaluación Continua (PEC)** es optativa. La elaboración de las actividades de evaluación continua deben empezar a planificarse al inicio del cuatrimestre. Esta Prueba consistirá en la realización por parte del alumno de dos tareas sobre temas relacionados con el contenido de la asignatura:

1. La primera tarea será la creación de una ruta o itinerario de base cultural y de carácter turístico, que podrá estar basada en cualquier parte del mundo.

En el itinerario se debe contemplar el alojamiento, las visitas culturales, la gastronomía, la ruta en carretera y otros aspectos de interés en la planificación de un viaje turístico (gasolineras, transporte público, etc.). La creación de rutas turísticas está en alza en el mercado del ocio y la recreación, y posibilita la creación de estudios novedosos centrados en actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y actúan como medio para estimular el desarrollo económico local a través del turismo. La realización de rutas turísticas debe tener en cuenta una serie de elementos que permitan su plasmación real como destino turístico.

Esta parte de la PEC tendrá una extensión de entre tres y cuatro páginas en formato DIN A4, incluyendo gráficos, imágenes y mapa en caso de que se estime necesario. Se valorará la creatividad del alumno en la selección de actividades, de recursos turísticos a visitar y en la confección en general de la ruta. La calificación de esta parte supone el 70% de la PEC.

La ruta turística debe contemplar:

Definir las bases históricas, culturales o naturales que han intervenido en la creación de la ruta.

Homogeneidad en las actividades propuestas según el tipo de turista (su edad, aficiones, movilidad, capacidad económica, nivel cultural, etc.).

Los medios de transporte de la ruta serán mediante transporte por carretera.

Descripción justificada de los recursos turísticos que se van a visitar.

Breve descripción de las características sociodemográficas y culturales del grupo de turistas al que va dirigida la ruta.

La ruta tendrá un mínimo de 200 km y un máximo de 1.000 km.

El alojamiento deberá repartirse entre dos o más poblaciones, indicando la categoría, localización y los servicios incluidos.

Un mínimo de cinco visitas a lugares de interés a lo largo del tiempo de viaje.

Como mínimo, se incluirá una ruta turística andando fuera del ámbito urbano.

Las rutas deberán contar siempre con dos tipos de recursos turísticos complementarios, es decir, cultura y gastronomía o naturaleza y cultura, por ejemplo.

Los temas de las rutas deben seleccionarse entre las siguientes opciones:

Tradiciones populares.

Gastronomía.

Los paisajes agrarios y los núcleos rurales tradicionales.

Yacimientos arqueológicos.

Museos.

Monumentos históricos, edificios y elementos artísticos.

Elementos de la naturaleza con valores añadidos de tipo cultural, bien por el aprovechamiento que se haga de ella o por ser fruto de la acción humana a lo largo del tiempo.

2. La segunda parte de la PEC se relaciona con el Turismo de Negocios, y pasa por la definición y caracterización de un área de negocios (Central Bussiness District) existente en una ciudad española.

La extensión de esta parte de la PEC deberá ser entre dos y tres páginas en formato DIN A4, incluyendo mapa y posibles imágenes. La calificación de esta parte supone en 30% de la PEC.

En este trabajo se consideran los siguientes aspectos:

Delimitación en un mapa urbano del espacio ocupado por el área de negocios y descripción de su situación general con respecto al conjunto de la ciudad.

Catalogación de un conjunto significativo de empresas, entidades y organismo situados en el área de negocios seleccionado.

Descripción de la tipología edificatoria (número de pisos en altura, tipo de edificios, espacios libres y zonas verdes del entorno, elementos decorativos, etc.)

Valoración de la oferta hotelera de la zona y el acceso en transporte público y privado al área de negocios.

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final 20%

Fecha aproximada de entrega 08/05/2026

Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Los alumnos que se acojan a la evaluación continua obtendrán su nota final de la suma del 80% correspondiente a la PP y el 20% de la PEC.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El Equipo Docente de la asignatura está trabajando en la elaboración de un manual propio que recogerá los contenidos de la misma y que se prevé esté disponible para el curso 2025-2026. En caso de que la publicación de dicho manual por parte de la editorial se retrase, el

material de la asignatura será facilitado al alumnado en el curso virtual de la misma.
MANUAL DE LA ASIGNATURA QUE SE PUBLICARÁ EN 2026
AUTORES: Aurelio Nieto Codina - José David Albarrán Periáñez
TÍTULO: Turismo cultural y de negocios
EDITORIAL: Editorial Universitaria Ramón Areces

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- HERNÁNDEZ, F. (1998). El museo como espacio de comunicación, Gijón, Trea.
- HERNÁNDEZ, F. (2002). El patrimonio cultural. La memoria recuperada, Gijón, Trea.
- HERNÁNDEZ CARMONA, F. (2012). Museografía didáctica e interpretación de espacios arqueológicos, Gijón, Trea.
- LOPEZ DE AGUILETA, I. (2000). Cultura y ciudad. Manual de política municipal, Gijón, Trea.
- MINISTERIO DE CULTURA (2009). Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en los museos del Ministerio de Cultura. www.mecd.gob.es
- PATIN, V. (2005). Tourisme et patrimoine, Paris, La documentationfrançaise
- UCELLA, F. (2013). Manual de patrimonio literario. Espacios, casas-museo y rutas, Gijón, Trea.
- VV.AA. (2000). Museos, patrimonio cultural y turismo: Trujillo-Perú-La Paz, Paris, ICOM

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Los alumnos dispondrán de diversos medios de apoyo al estudio, como el curso virtual de la asignatura, en el que estarán disponibles los diferentes foros a través de los que formular preguntas sobre contenidos y dudas de las actividades prácticas propuestas, establecer contacto directo con el equipo docente de la sede central, con sus tutores en los centros asociados y con sus propios compañeros. También tendrán acceso a las fechas en las que se deben realizar tanto las pruebas presenciales como la entrega de la PEC. Asimismo, tendrán acceso a la biblioteca central de UNED, así como a las de los centros asociados, donde podrá consultar parte de la bibliografía propuesta.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.