

Annex III

Enunciats prova teoricopràctica

Convocatòria S-07/20. Tècnic superior en gestió turística Prova teoricopràctica

Desenvolpeu DOS temes dels tres que us proposem tot seguit.

TEMA 1

La Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona impulsa la planificació, la gestió i la promoció turística de la província de Barcelona. Per poder desenvolupar aquesta funció de la manera més eficaç i eficient, la Gerència disposa del LabTurisme, una unitat d'estudi i anàlisi dedicada a la provisió d'informació i coneixement de la realitat turística de les destinacions locals i comarcals que permet conèixer i avaluar l'evolució del turisme i ajustar-ne les línies de treball.

Exposeu les línies de treball del LabTurisme de la Gerència de Serveis de Turisme, els seus objectius i productes habituals. Expliqueu l'encaix del LabTurisme amb altres unitats d'estudi i anàlisi de la realitat turística de la Destinació Barcelona, de Catalunya i Espanya. Expliqueu també les tendències de futur en la gestió de dades i la seva aplicació en la gestió i el màrqueting turístic.

TEMA 2

El turisme és un motor de desenvolupament econòmic de municipis i comarques que incideix en l'entorn social i ambiental. Generalment, aquesta incidència és positiva, ja que es creen oportunitats d'interacció social i cultural que són generadores de noves oportunitats. En ocasions, però, és negativa i provoca externalitats que tenen efectes contraproduents.

Per gestionar la complexitat que suposa el conjunt de destinacions turístiques locals i comarcals de la província de Barcelona, on trobem destinacions consolidades al costat d'altres d'incipients o amb voluntat d'esdevenir una destinació turística, la Gerència de Serveis de Turisme ha anat desplegant un model de planificació i gestió territorial del turisme enfocat cap a un turisme sostenible, d'acord amb el que estableixen els 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) en els quals es basa l'Agenda 2030 de Desenvolupament Sostenible de les Nacions Unides.

Expliqueu el model, les bases en què s'assenta, l'estructura que té. Esmenteu els actors institucionals i econòmics que hi intervenen i la dinàmica de treball que presenta. Descriviu el model de turisme sostenible que s'està desenvolupant en el conjunt de la Destinació Barcelona.

TEMA 3

En la dinàmica de lliure competència en què es desenvolupa l'activitat turística, cal que les propostes i els productes turístics s'orientin a la demanda. En aquest sentit, el màrqueting turístic és una eina molt important perquè les destinacions i els negocis i serveis turístics amb què compten aquests llocs aconseguixin resultats satisfactoris.

Expliqueu les bases del màrqueting turístic de la província de Barcelona que impulsa i gestiona la Gerència de Serveis de Turisme, així com l'estratègia de productes, de mercats emissors, de marques turístiques, de comunicació, etc. Indiqueu la documentació de referència i expliqueu l'encaix que ha de tenir amb el màrqueting que es fa des de la Destinació Barcelona i el de Catalunya com a destinació.