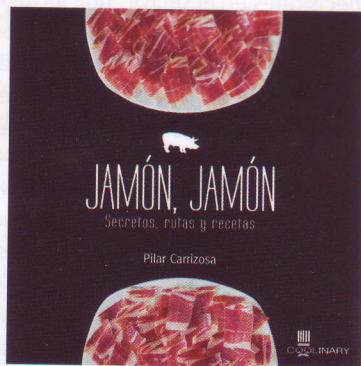


Bibliografía



Jamón, Jamón

Considerado un alimento gourmet debido a su excelente calidad, el jamón ibérico es la excelencia al amparo de la unión de la gastronomía con el turismo. Es por ello que este volumen, además de recoger los secretos de su producción, elaboración, curación y maduración, da a conocer las principales rutas gastronómicas que giran en torno a este producto emblemático nacido del cerdo. Un paseo por Ronda (Málaga), Salamanca o Cáceres, entre otras cunas de esta delicatessen, que se acompaña de recomendaciones sobre establecimientos en los que para disfrutar su sabor en las mejores tapas.

Para culminar el recorrido, el lector tiene a su disposición recetas donde el jamón es el auténtico protagonista elaboradas por chefs españoles de la talla de Andoni Luis Aduriz, Martín Berasategui, Jordi Cruz, Quique Dacosta, Susi Díaz, Ramón Freixa, Diego Guerrero, Nacho Manzano, David Muñoz, Francis Paniego o Paco Roncero.

Su autora, Pilar Carrizosa, es especialista en turismo de lujo, viajes y gastronomía, cuenta con otros títulos como Piérdete y disfruta, Tareas en la cocina y El mundo del pata negra.

Pilar Carrizosa
Lid Editorial

Musgo 3
28023 Madrid
Tel 913 729 003
www.lideditorial.com



Marketing del turismo cultural

El viajero interconectado ha transformado los productos turísticos de bienes patrimoniales. De hecho, las organizaciones encargadas de su gestión han sido de las primeras en ponerse al servicio de estos nuevos turistas tecnológicos. Sin embargo, hay un importante debate abierto: ¿cómo garantizar la sostenibilidad de los recursos culturales y al mismo tiempo satisfacer las necesidades de los visitantes?

Este manual de alrededor de 400 páginas da respuesta a los gestores y empleados de organizaciones patrimoniales que se plantean ciertos interrogantes como de qué manera diseñar un producto turístico que posibilite el disfrute de experiencias personalizadas; cómo pueden satisfacer las necesidades de los turistas hiperconectados; cómo crear un diálogo con los visitantes que genere engagement; cómo se recaudan fondos para el patrimonio cultural en el siglo XXI; o cómo un plan de marketing puede favorecer al desarrollo sostenible.

Nuria Recuero Virto, Francis Blasco López y Jesús Gª de Madariaga Miranda

ESIC Editorial
Avda. de Valdenigrales, s/n
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
Tel 914 524 133
www.esic.edu/editorial