

Guia docent de l'assignatura "Fonaments del turisme"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Fonaments del Turisme
- ✓ **Codi:** 101193
- ✓ **Titulació:** Grau de Turisme
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-17
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Obligatòria
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 6 (150)
- ✓ **Període d'impartició:** 1er semestre
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Català/Castellà
- ✓ **Professorat:** Maria Abril /Melissa Torres

II. PRESENTACIÓ

Situar a l'estudiant en el món del turisme. Fer una descripció general de les activitats econòmiques turístiques. Adquirir els fonaments bàsics de la indústria i dels seus components: productes i serveis bàsics i complementaris, clients - destinataris, empreses institucions i activitats i els factors socials, mediambientals, d'entorn, infraestructura.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

Al finalitzar l'assignatura l'alumne serà capaç de:

- 1- Conèixer els principals conceptes del sector turístic
- 2- Ser introduït en les característiques més rellevants del sector turístic

- 3- Conèixer el sector turístic mundial, espanyol i català per tenir una visió del sector on s'estan incorporant
- 4- Conèixer les noves tendències tecnològiques i de negoci amb impacte en el sector turístic.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

L'alumne en finalitzar el curs hauria de tenir la capacitat de:

- CE1. Demostrar que coneix i comprèn els conceptes i principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE1.3. Identificar i relacionar les activitats que conformen el sector turístic en tots els seus àmbits (i.e. intermediació, allotjament, restauració y oci, consultoria, etc.).

CE1.4. Analitzar el funcionament dels destins, estructures turístiques i els seus subsectors empresarials.

- CE5. Identificar i avaluar els elements que conformen el sistema turístic i la seva interacció amb l'entorn així como el seu impacte.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE5.3. Identificar la complexitat del sector turístic i dels seus subsectors, així com la interrelació entre ells i amb la resta de subsectors.

CE5.4. Relacionar les activitats que conformen el sector turístic en tots els seus àmbits (i.e. intermediació, allotjament, restauració y oci, consultoria, etc.), distingint els seus elements diferencials

- CE10. Argumentar de forma reflexiva i crítica des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que rodeja al sector turístic.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE10.1. Argumentar a través de la visió del sector i la perspectiva teòrica, como ha de ser desenvolupat el sector turístic.

CE10.2. Descriure el caràcter dinàmic i evolutiu del turisme i de la nova societat del oci.

- CE15 Valorar la dimensió econòmica del turisme a diferents escales i analitzar la interrelació entre elles.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE15.5. Analitzar la dimensió econòmica del turisme a partir de l'estudi dels seus subsectors (i.e. intermediació, allotjament, restauració y oci, consultoria, etc.).

- CE17 Presentar i negociar davant els diferents organismes projectes i plans de desenvolupament turístic aplicats a zones i regions determinades

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE17.1. Distingir i descriure projectes pel desenvolupament turístic dels diferents subsectors del sector turístic.

CE17.2. Avaluar de forma crítica projectes i plans de desenvolupament turístic aplicats a zones i regions determinades

- CE18. Analitzar la informació tant quantitativa com qualitativa relativa a la dimensió econòmica del sector turístic així com de les seves empreses (característiques de les empreses, evolució del pes del turisme, estudis de mercat, etc.)

RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE18.1. Identificar els mecanismes d'anàlisi quantitatius i qualitatius dels diferents subsectors del sector turístic, el seu impacte i evolució.

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

- CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma
- CT2. Ser capaç d'autovalorar els coneixements adquirits.
- CT4. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- CT6. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinèrgies i sabent situar-se en el lloc dels altres.
- CT9. Tenir un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
- CT10. Treball en grup
- CT11. . Planificar i gestionar activitats en base a la qualitat i sostenibilitat.

V. TEMARI I CONTINGUTS

Tema 1: Origen i evolució de l'activitat turística.

Tema 2: L'impacte de les activitats turístiques a Espanya.

Tema 3 : Els mercats turístics i els seus condicionaments.

Tema 4: Les empreses turístiques (I). El producte i les empreses turístiques.

Tema 5: Les empreses turístiques (II). Les funcions de distribució.

Tema 6 : Les empreses turístiques (III). El màrqueting turístic.

Tema 7: Les empreses turístiques (IV). La qualitat en els serveis turístics.

Tema 8 : Política turística.

Tema 9: Expectatives de futur de l'activitat turística.

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

Bibliografia

- Código  tico mundial para el turismo (OMT).
- El mercado turístico. Carlos Vogeler Ruiz y Enrique Hernández Armand. Ed. Centro de Estudios Ramón. Areces. Madrid, 2000.
- Estructura del mercado turístico. Jordi Montaner Montejano. Ed. Sintesis. Madrid, 1996.
- Introducción a la economía del turismo en España. Andrés Pedre o Muñoz, Vicente M. Monfort Mir. Ed.Civitas. Madrid, 1996.
- Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Ed. OMT. Madrid, 1998.
- Ley 13/2002, de 21 de junio de Turismo de Catalunya. BOE núm. 169 (25810). Martes 16 de julio de 2002.
- Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2008-2020). Ministerio de Indústria, Turismo y Comercio - Secretaría de Estado de Comercio. Madrid, 2008.
- Plan Nacional e Integral de Turismo – PNIT (2012-2016). Ministerio de Indústria, Energía y Comercio. Madrid, 22 de junio de 2012.
- Calidad total en la gestión de servicios. V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, L. L. Berry. Ed. Diaz de Santos. Madrid, 1992.
- Marketing turístico. Fernando Muñoz Oñate. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1994.
- Marketing y gestión de servicios. Christian Gr nroos. Ed. Diaz de Santos. Madrid, 1994.
- Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Philip Kotler, John Bowen, James Makens. Ed. Prentice - Hall Hispanoamericana. México - Nueva York, 1997.

- Turismo y Medio Ambiente: La sostenibilidad como referencia. Secretaria General de Turismo - Ministerio de Turismo y Comercio. Madrid, 1994.

Webgrafia

- Barcelona Turisme. www.barcelonaturisme.com
- Instituto de Estudios Turísticos (IET). www.iet.tourspain.es
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). www.unwto.org
- Turisme de Catalunya. www.turismedecatalunya.com i www.catalunya.com/
- Turisme de Barcelona. www.barcelonaturisme.com
- www.tourspain.es/
- www.hosteltur.com
- www.spain.info/

VII. METODOLOGIES DOCENTS

La metodologia docent que s'utilitzarà serà una combinació entre les classes magistrals, bàsicament dels primers temes, combinades amb una sèrie de d'activitats individuals o en grups reduïts per treballar els diferents aspectes tractats a l'aula. Els exercicis i treballs que se'ls aniran donant als alumnes al llarg del curs.

VIII. AVALUACIÓ

Es realitzarà un examen al final dels 8 temes que comptarà un 60% de la nota.

Es realitzaran tres treballs al llarg del període de classes dels professors corresponent que comptaran un 15% de la nota.

Un treball final que valdrà el 15% de la nota.

I el 10% restant sortirà de l'assistència i participació a les classes

Per aprovar l'assignatura és obligatori aprovar l'examen del professor.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

	Activitat	Hores	ECTS	% sobre el total	Resultats de l'aprenentatge
Activitats dirigides	Classes teòriques	40	1.6	26	CE1.3. CE1.4. CE17.1. CE17.2. CT1, CT6, CT9, CT11
Activitats supervisades	Tutories	25	1	16	CE5.3., CE5.4. CT1,CT6
Activitats autònomes	Elaboració de treballs	50	2	35	CE15.5, CE18.1. CT1,CT4,CT6,CT9, CT10,CT11
	Estudi	35	1.4	23	CE10.1. CE 10.2.
TOTAL		150	6	100	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	PRESENTACIÓ ASSIGNATURA		1
2	Tema 1 : Origen i evolució de l'activitat turística.	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
3	Tema 2: L'impacte de les activitats turístiques a Espanya.	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
4	Tema 3 : Els mercats turístics i els seus condicionaments	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
5	Tema 4: Les empreses turístiques (I). El producte i les empreses turístiques.	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
6	Tema 5: Les empreses turístiques (II). Les funcions de distribució.	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
7	Tema 6 : Les empreses turístiques	MAGISTRAL	3

	(III). El marketing turístic.	ACTIVITAT DIRIGIDA	1
8	Tema 7: Les empreses turístiques (IV). La qualitat en els serveis turístics.	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
9	Tema 8 : Política turística	MAGISTRAL	3
		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
10	Tema 8 : Política turística	MAGISTRAL	2
		ACTIVITAT DIRIGIDA	2
11	Tema 9: Expectatives de futur de l'activitat turística	ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
12	AVALUACIÓ	ACTIVITAT DIRIGIDA	2
		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
13		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
14		ACTIVITAT AUTÒNOMA	1
		ACTIVITAT DIRIGIDA	1
		ENTREGA DARRER TREBALL	2

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

El Foment de l'emprenedoria i de la innovació es realitzarà a través de les reflexions que els propis alumnes puguin fer de les explicacions del professor. Aquestes reflexions aniran dirigides a fer observar als alumnes quins aspectes de l'activitat turística són necessaris de millorar i que ells mateixos agafin un esperit emprenedor i veure qu  li interessa al sector que ells emprenguin en la seva activitat professional.

Una de les formes possibles de fer aix  serà analitzant quina és la realitat del sector turístic a través d'articles i treballs que incideixen sobre la situació del sector