

Gestión de oficinas de turismo

Código: 101225
Créditos ECTS: 3

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Maria Abril Sellarés
Correo electrónico: Maria.Abril@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Otras observaciones sobre los idiomas

Según el número de alumnos que hablan en castellano se puede hacer alguna actividad menor

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Al finalizar la asignatura el alumno tiene que alcanzar los siguientes objetivos:

- Comprender la misión, el entorno, la evolución de las oficinas de turismo, así como sus funciones y tareas.
- Conocer y saber diseñar los servicios de las oficinas de turismo y el público y/o usuarios a los que van dirigidos.
- Saber organizar y diseñar la prestación de estos servicios.
- Conocer las competencias profesionales necesarias para cada una de las funciones de turismo, así como las condiciones e infraestructuras necesarias para poder llevar a cabo los servicios de manera eficaz y adecuada.
- Conocer cómo se lleva a cabo el control de calidad a fin de conseguir un nivel de satisfacción adecuado por parte del cliente.

Competencias

- Aplicar los conceptos relacionados con los productos y empresas turísticas (económico-financiero, recursos humanos, política comercial, mercados, operativo y estratégico) en los diferentes ámbitos del sector.
- Definir y aplicar los objetivos, estrategias y políticas comerciales en las empresas y entidades turísticas.
- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar que conoce y entiende el fenómeno turístico en el marco de la sostenibilidad y la gestión de calidad.
- Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas y a las entidades que las desarrollan.

- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. "Identificar objetivos y estrategias de los distintos componentes del sector turístico; agencias de viaje, oficinas de turismo, organización de congresos y eventos, parques temáticos"
2. Aplicar la iniciativa y el espíritu emprendedor a otro tipo de departamentos, actividades, funciones y entidades, distintos a los de referencia, para fomentar la creación y la mejora de la gestión turística.
3. Aplicar los conceptos de empresa relacionados con los productos y organizaciones turísticas en los diferentes ámbitos del sector y de sus actividades.
4. Desarrollar los principios y criterios de la sostenibilidad y la gestión de calidad del hecho turístico y extenderlos a otras actividades.
5. Identificar y aplicar los elementos del derecho público (administrativo, fiscal y turístico) así como aquellos otros del derecho privado que regulan determinadas actividades y funciones y entidades turísticas.
6. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
7. Proponer soluciones alternativas de forma creativa a los problemas en la planificación y en la gestión de departamentos, actividades o servicios de nuevas áreas del sector turístico así como a entidades y productos turísticos singulares.
8. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
9. Trabajo en grupo.

Contenido

Tema 1. El concepto de Oficina de Turismo. Modalidades, funciones y regulación

Tema 2. Los usuarios de una Oficina de Turismo. Los socios. El sector público y el privado

Tema 3. Los profesionales de las Oficinas de Turismo

Tema 4. Catálogo de servicios de una Oficina de Turismo. Comparación de Sistemas.

Tema 5. Información Turística. Servicios en destino.

Tema 6. Comunicación de un destino turístico. La red y las TIC

Tema 7. Calidad e innovación

Metodología

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza - aprendizaje

- Metodología de la parte teórica. Sesiones presenciales con metodología combinada de clases magistrales y prácticas. Las clases contarán, a menudo, con el soporte de audiovisual, presentaciones power-point, enlaces web, etc.
- Metodología de la parte práctica. Realización de exposiciones en clase de los ejercicios relacionados con casos reales. El proceso de realización y resolución de dudas y consultas que se dan en el entorno virtual
- Metodología de la parte no presencial de la asignatura (Campus Virtual). La plataforma del campus Virtual se utilizará como en entorno principal del intercambio de información, consulta, foros, debates. La participación es obligatoria.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases Teóricas	16	0,64	5, 1, 6, 8
Tipo: Supervisadas			
Trabajo online	12	0,48	2, 4, 5, 1, 6
Tutorías	13	0,52	2, 1, 6
Tipo: Autónomas			
Estudio	20	0,8	3, 4, 5, 1, 8, 9
Trabajos	6	0,24	3, 4, 1, 7

Evaluación

La evaluación de esta asignatura consistirá en:

- La participación en el aula virtual, con un valor del 30%
- La realización de trabajos y las exposiciones orales en clase, con un valor del 40%
- La realización de un examen, donde se contemplarán tanto cuestiones teóricas como aspectos relativos a la parte práctica de la asignatura, con un valor del 30%

Para aprobar la asignatura se han de realizar tanto los trabajos prácticos como el examen. No se puede aprobar la asignatura sólo con el examen.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades Online	30%	0	0	3, 4, 6, 7
Examen Teórico	30%	2	0,08	3, 5
Presentaciones orales, Trabajos	40%	6	0,24	2, 4, 1, 6, 7, 8, 9

Bibliografía

Arcarons, R., González, F., Miralbell, O. i Pallàs, J.M. (2010). Gestión Pública del Turismo, Editorial UOC, Barcelona.

Chías J. (1991). El Mercado Son Personas. McGraw-Hill. Madrid

Miralbell, O. (2011). Gestión de Oficinas de Turismo. Editorial UOC, Barcelona.