

Fundamentos del turismo

Código: 101193
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OB	1	1

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

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

Uso de idiomas

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

Equipo docente

Arena Yáñez Gago

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

Situar al estudiante en el mundo del turismo. Hacer una descripción general de la importancia del turismo en la economía y en la sociedad. Adquirir los fundamentos básicos de concebirse como industria y de sus componentes: productos y servicios básicos y complementarios, clientes - destinatarios, empresas, instituciones y actividades y los factores sociales, medioambientales, del entorno, infraestructura.

Competencias

- Analizar la información tanto cuantitativa como cualitativa relativa a la dimensión económica del sector turístico así como de sus empresas (características de las empresas, evolución del peso del turístico, estudios de mercado, etc.).
- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Identificar y evaluar los elementos del sistema turístico y su interacción con el entorno así como su impacto.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.

- Presentar y negociar ante los distintos organismos proyectos y planes de desarrollo turístico aplicados a zonas y regiones determinadas.
- Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- Trabajo en grupo.
- Valorar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas y analizar la interrelación entre ellas.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus subsectores empresariales.
2. Analizar la dimensión económica del turismo a partir del estudio de sus subsectores, (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría,...).
3. Argumentar a través de la visión del sector y la perspectiva teórica, como debe ser desarrollado el sector turístico.
4. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
5. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
6. Describir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
7. Distinguir y describir proyectos para el desarrollo turístico de los diferentes subsectores del sector turístico.
8. Evaluar de forma crítica proyectos y planes de desarrollo turístico aplicados a zonas y regiones determinadas.
9. Identificar la complejidad del sector turístico y de sus subsectores, así como la interrelación entre ellos y con el resto de sectores.
10. Identificar los mecanismos de análisis cuantitativos y cualitativos de los diferentes subsectores del sector turístico, su impacto y evolución.
11. Identificar y relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría,...).
12. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
13. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
14. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
15. Relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos, (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría,...), distinguiendo sus elementos diferenciales.
16. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
17. Trabajo en grupo.

Contenido

Tema 1: Origen y evolución de la actividad turística.

Tema 2: El impacto de las actividades turísticas en España y expectativas de futuro.

Tema 3: Los mercados turísticos y sus condicionamientos. La demanda

Tema 4: La oferta (I). El producto y las empresas turísticas.

Tema 5: La oferta (II). Las funciones de distribución.

Tema 6: La oferta (III). El marketing turístico.

Tema 7: La oferta (IV). La calidad en los servicios turísticos.

Tema 8: Política turística.

Metodología

La metodología docente que se utilizará será una combinación entre las clases magistrales, básicamente de los primeros temas, combinadas con una serie de actividades individuales o en grupos reducidos para trabajar los diferentes aspectos tratados en el aula.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases Teóricas	40	1,6	1, 8, 4, 5, 7, 11, 13, 14
Tipo: Supervisadas			
Clases supervisadas y tutorías	18	0,72	5, 9, 14, 15
Tipo: Autónomas			
Elaboración de Trabajos	46	1,84	2, 3, 4, 6, 5, 10, 12, 13, 14, 17
Estudio	35	1,4	3, 6

Evaluación

El sistema de evaluación se regirá por los siguientes criterios:

1) Evaluación Continua

- Se realizarán dos exámenes: uno a mitad del curso y el otro al final de los 8 temas que lo componen.
- Se realizaran dos trabajos a lo largo del período de clases.
- Debates, Foros y participación.

Para aprobar la asignatura es obligatorio aprobar el examen del profesor (nota mínima 5) y realizar las actividades prácticas que se determinan al inicio del curso

Nota importante: el plagio parcial o total, en alguno de los trabajos, supondrá la no-acreditación de la asignatura

2) Examen Final y Trabajo Individual

- Aquellos alumnos que no puedan (porque o bien son repetidores, o trabajan o aducen cualquier razón objetiva pertinente) realizar la evaluación continua, tienen la opción de presentarse a un examen final y entregar el trabajo individual. Será necesario informar al profesor/a via email, antes de que finalice el mes de setiembre de la opción tomada y adjuntar los documentos pertinentes.
- El examen y entrega del trabajo se harán en la fecha académica prevista dentro del programa oficial de la Escuela (EUTDH)

3) Re-evaluación

Se prevee una re-evaluación para aquellos alumnos, que no habiendo aprobado la asignatura hayan sacado más de un 3,5 en su cómputo global de exámenes. La fecha será en base a lo previsto en el programa oficial de la Escuela (EUTDH)

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates, Participación	10%	0	0	4, 5, 12
Examen Parcial 1	30%	2	0,08	1, 8, 7, 11, 12, 16
Examen parcial 2	30%	2	0,08	1, 11, 9, 12, 15, 16
Primera Presentación Oral	10%	2	0,08	8, 7, 9, 12, 15, 16
Segunda Presentación Oral	20%	5	0,2	2, 3, 6, 5, 10, 9, 13, 14, 15, 17

Bibliografía

1. Departament d'Empresa i Coneixement (2002) Llei 13/2002 de 21 de juny.
2. Ministerio de Indústria, Comercio y Turismo (2008) Plan de Turismo Español Horizonte 2020. Madrid. Secretaría de Estado de Comercio.
3. Ministerio de Indústria, Comercio y Turismo (2012) Plan Nacional e Integral de Turismo, PNIT. Madrid. Secretaría de Estado de Comercio.
4. OMT (2017) El Código Ético Mundial. Ginebra. UNWTO
5. Vogeler Ruiz, C; Hernández Armand, E. (2000) El Mercado Turístico. Madrid Centro de Estudios Ramón Areces.
6. Barcelona Turisme. www.barcelonaturisme.com
7. Instituto de Estudios Turísticos (IET). www.iet.tourspain.es
8. Organización Mundial del Turismo. (OMT). www.unwto.org
9. Turisme de Catalunya. www.turismedecatalunya.com i www.catalunya.com
10. Turisme de Barcelona. www.barcelonaturisme.com