

**Análisis del sector turístico**

Código: 101194  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OB	1	2

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: Beatriz Santolalla García  
Correo electrónico: Beatriz.Santolalla@uab.cat

**Uso de idiomas**

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

**Equipo docente**

Sonia García Jiménez  
José Antonio Ortiz García

**Equipo docente externo a la UAB**

JoseAntonio.Ortiz@uab.cat  
sonia.garcia@uab.cat

**Prerequisitos**

No hay prerequisites.

**Objetivos y contextualización**

La asignatura pretende situar a los alumnos de primer curso del Grado en Turismo en el mundo del turismo, concretamente introducir la actividad de las diferentes empresas turísticas existentes en el sector. El alumno estudiará el funcionamiento de las empresas proveedoras de bienes y servicios turísticos (empresas de transporte turístico, compañías aseguradoras, guías turísticos, etc.,) así como el funcionamiento de las empresas de intermediación y la organización departamental y de RRHH del área de alojamiento de los establecimientos hoteleros.

Esta asignatura se divide en dos partes bien diferenciadas y complementarias al tiempo: la intermediación de servicios turísticos mediante agencias de viajes y los nuevos canales de intermediación y el hotel como establecimiento de alojamiento de primer orden dentro de la hostelería y el turismo.

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

1. Identificar y relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos (agencias de viaje, hotelero, restauración y ocio, consultoría, ...).

2. Relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos, (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría, ...), distinguiendo sus elementos diferenciales.
3. Argumentar a través de la visión del sector y la perspectiva teórica, como debe ser desarrollado el sector turístico.
4. Analizar la dimensión económica del turismo a partir del estudio de sus subsectores (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría...).
5. Distinguir y describir proyectos para el desarrollo turístico de los diferentes subsectores del sector turístico.

## Competencias

- 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.
- Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- Trabajo en grupo.

## Resultados de aprendizaje

1. Argumentar a través de la visión del sector y la perspectiva teórica, como debe ser desarrollado el sector turístico.
2. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
3. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
4. Identificar y relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría,...).
5. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
6. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
7. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
8. Relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos, (agencias de viajes, hotelero, restauración y ocio, consultoría,...), distinguiendo sus elementos diferenciales.
9. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
10. Trabajo en grupo.

## Contenido

I PARTE: Empresas de intermediación turística (32 horas)

Tema 1. Las empresas de intermediación en el sector turístico, tipologías, organización, funciones

Tema 2. La intermediación y la relación con los proveedores de productos y servicios turísticos.

Tema 3. Fuentes de información y documentación utilizada en las empresas de intermediación. Nuevas tecnologías, nuevas empresas.

Tema 4. El viaje combinado y el catálogo.

Tema 5. El profesional de la intermediación.

## II PARTE: Hoteles (24 horas)

Tema 1: Organigrama de empresa hotelera departamental / personal.

Tema 2: El departamento de recepción: organización y funciones. Personal, documentación y subdepartamentos.

Tema 3: La conserjería: organización y funciones. Personal, documentación. Relaciones con los informadores turísticos, transferista y animadores.

Tema 4: El departamento de pisos: organización y funciones. La gobernanta y la camarera de pisos. Lavandería y lencería.

Tema 5: El departamento de servicios técnicos: organización, funciones y personal.

## Metodología

La asignatura funciona en base a dos metodologías de enseñanza-aprendizaje:

a) Sesiones de clases magistrales: Exposición del contenido teórico del programa de forma clara, sistemática y organizada por parte de los profesores (los alumnos tendrán el Campus Virtual de la autónoma interactiva las transparencias básicas de los temas y los materiales para el seguimiento de estas sesiones). Se fomentará, en todo momento, la participación del alumnado en el aula; se valorarán sus aportaciones, reflexiones, y dudas.

b) Sesiones de clases prácticas: En las sesiones de clases prácticas los profesores propondrán una serie de actividades prácticas a lo largo del curso sobre los temas teóricos tratados en las sesiones magistrales. Los alumnos deberán leer alguna documentación propuesta por el profesorado y deberán hacer alguna práctica asociada a la lectura (Comentario y comprensión del texto). Los alumnos también resolverán varios problemas relacionados con la confección de los productos turísticos.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teoricas	45	1,8	2, 4, 8
Resolución de problemas	15	0,6	4, 8
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	20	0,8	4, 8
Tipo: Autónomas			
Estudio	43	1,72	1, 3, 4, 8, 9

## Evaluación

### TRES OPCIONES DE EVALUACIÓN:

#### A) EVALUACIÓN CONTINÚA Y PRUEBA DE EVALUACIÓN FINAL

La evaluación continua se configura de la siguiente forma:

#### Parte de empresas de intermediación turística:

- a) Realización de una prueba de evaluación final, que valdrá un 36% de la nota final y que incluirá la materia teórica expuesta en las clases magistrales.
- b) Realización de un trabajo que se enviará al finalizar la asignatura, que valdrá 24 % de la nota final. Se valorará una elaboración cuidada y trabajada.

#### Parte de hoteles:

- a) Realización de una prueba de evaluación final, que valdrá un 24% de la nota final y que incluirá la materia teórica expuesta en las clases magistrales.
- b) La realización de un trabajo con tutorías de seguimiento que valdrá un 16% de la nota final. Se valorará una presentación formal correcta y una elaboración cuidada.

El sistema de evaluación se organiza en presentación semanal de actividades autónomas, prácticas, comprensión de textos individuales, trabajos de grupo y / o individuales, más una prueba de validación final de interrelación y comprensión de los temas y conceptos trabajados.

Los alumnos que no superen la asignatura, mediante la evaluación continua, pasarán a ser evaluados por el sistema de evaluación única, no teniendo en cuenta ninguna de las notas obtenidas.

B) EVALUACIÓN ÚNICA: Examen final (toda la materia).

Día y hora establecidos, según calendario académico en la Programación Oficial del Centro (EUTDH).

Habrá un único tipo de examen final, no habiendo diferencia entre los alumnos que no hayan superado satisfactoriamente la evaluación continua y aquellos que no lo hayan seguido.

#### C) RE-EVALUACIÓN

Dirigida a los alumnos que en la evaluación final hayan obtenido una nota igual o superior a 3,5 y menor de 5. La calificación de esta re-evaluación no superará el 5 como nota final.

Modalidad de examen a definir por el profesorado de la asignatura.

CONDICIÓN *Sine qua non* PARA OBTENER LA ACREDITACIÓN DE LA ASIGNATURA: dado que la asignatura tiene dos partes " *Empresas proveedoras de servicios turísticos* " (60% del global de la asignatura) y " *Hoteles* " (40% del global de la asignatura), per poder promediar en la nota final, será necesario obtener una calificación mínima de un 4 sobre 10.

### **Actividades de evaluación**

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividad de curso (Empresas de intermediación turística)	24%	15	0,6	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10
Actividad de curso (Hoteles)	16%	10	0,4	1, 2, 4, 6, 7, 8, 10
Examen (Empresas de intermediación turística)	36%	1	0,04	1, 3, 4, 8, 9
Examen (Hoteles)	24%	1	0,04	1, 3, 4, 8, 9

### **Bibliografía**

- Albert, I (1995): Gestión y técnicas de agencia de viajes, Madrid: Editorial Síntesis. (Temas 1, 2 y 3).

- Albert, I (1999): Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes, Madrid: Editorial Ramón Areces. (Temas 1, 3, 5, 6, 11, 12, 13, 14, 16 y 17).
- Asociación del Transporte aéreo Internacional (1994): Manual del Agente de Viajes, Montreal: IATA.
- Asociación del Transporte aéreo Internacional (1994): Guía para la emisión de palanquillas, Montreal: IATA.
- Asociación del Transporte aéreo Internacional (2002): Programa Internacional de Capacitación en Viajes y Turismo, Montreal-Ginebra: IATA.
- Bayón Mariné, F. y Martín Rojo, I. (2004): Operaciones y Procesos de producción en el sector turístico, Madrid: Editorial Síntesis. (Temas 13 y 14).
- Fernández Gómez, C. y Blanco Castro, A. (1997): Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viaje, Madrid: Editorial Síntesis. (Temas 1, 3-6, 8 y 9).
- González, MA (1997): Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes, Madrid: Editorial Síntesis. (Temas 3, 4, 12 y 13).
- Iglesias, JR (1995): Comercialización de productos y servicios turísticos, Madrid: Editorial Síntesis. (Tema 5).
- Montaner, J. (1996): Estructura del Mercado turístico, Madrid: Editorial Síntesis. (Temas 10, 14-17).
- Renfe (1996): Manual de ventas, Madrid: Renfe.
- Trasmediterránea (1989): Instrucciones de viajes para las agencias de viaje, Madrid: Trasmediterranea.
- Vogeler, C. y Hernández, E. (1997): Estructura y organización del Mercado turístico Madrid: Editorial Ramón Areces. (Temas 3 y 7).
- Cerra, Javier; Dorado, José A.; Jara, Diego; Garcia, Pedro E. (1997): "Gestión de Producción de Alojamientos Turísticos" - Colección "Gestión Turística"; Ed. síntesis; 552 páginas.
- Dorado, José Antonio (1996): "Organización y Control de Empresas en Hostelería y Turismo"; - Colección "Ciclos Formativos FP Grado Superior Hostelería"; Ed. síntesis; 252 páginas.
- Milio Balanzá, Isabel (2000): "Organización y Control del Alojamiento"; Ed. Paraninfo; 178 páginas.
- Dorado, José Antonio; Cerra, Javier (1996): "Manual de Recepción y Atención al Cliente" - Colección "Ciclos Formativos FP Grado Superior Hostelería"; Ed. síntesis; 316 páginas.
- López García, Socorro (2003): "Recepción y Atención al Cliente"; Ed. Paraninfo; 183 páginas.
- López Collado, Asunción (1998): "La Gobernanta"; Ed. Paraninfo; 374 páginas.
- Jiménez Garay, Mª Isabel (2000): "Regiduría de Pisos"; Ed. Paraninfo; 131 páginas.

Material de apoyo en formato digital y enlaces de páginas web se ofrecen en el Campus Virtual.

Seguimiento de artículos y noticias en revistas profesionales al tiempo que se desarrolla la asignatura y artículos y noticias del histórico de este tipo de publicaciones.