

Gestió d'oficines de turisme

Codi: 101225

Crèdits: 3

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Maria Abril Sellarés

Correu electrònic: Maria.Abril@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Grup íntegre en anglès: Sí

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Altres indicacions sobre les llengües

Segons el número d'alumnes que parlin en català es poden fer algunes activitats menors

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

Al finalitzar l'assignatura l'alumne serà capaç d'assolir els següents objectius:

- Comprendre la missió, l'entorn, l'evolució de les oficines de turisme, així com les seves diferents funcions o tasques.
- Conèixer i saber dissenyar els serveis de les oficines de turisme i el públic i/o usuaris als que han d'anar dedicats.
- Saber organitzar i dissenyar la prestació d'aquests serveis.
- Conèixer les competències professionals necessàries per cada una de les funcions de les oficines de turisme, així com les condicions i infraestructures necessàries per a poder dur a terme els serveis de manera eficaç i adequada.
- Conèixer com dur a terme el control de qualitat per tal de poder aconseguir un nivell de satisfacció adequat per part del client.

Competències

- Aplicar els conceptes relacionats amb els productes i empreses turístiques (econòmic i financer, recursos humans, política comercial, mercats, operatiu i estratègic) en els diferents àmbits del sector.
- Definir i aplicar els objectius, les estratègies i les polítiques comercials en les empreses i entitats turístiques.
- Demostrar iniciativa i actitud emprenedora en la creació i la gestió d'empreses del sector turístic.
- Demostrar que coneix i entén el fenomen turístic en el marc de la sostenibilitat i la gestió de la qualitat.
- Identificar el marc legal que regula les activitats turístiques i les entitats que les desenvolupen.

- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els conceptes d'empresa relacionats amb els productes i les organitzacions turístiques en els diferents àmbits del sector i de les seves activitats.
2. Aplicar la iniciativa i l'esperit emprenedor a un altre tipus de departaments, activitats, funcions i entitats, diferents als de referència, per fomentar la creació i la millora de la gestió turística.
3. Desenvolupar els principis i els criteris de la sostenibilitat i la gestió de qualitat del fet turístic i estendre'ls a altres activitats.
4. Identificar i aplicar els elements del dret públic (administratiu, fiscal i turístic) i els del dret privat que regulen determinades activitats i funcions i entitats turístiques.
5. Identificar objectius i estratègies dels diferents components del sector turístic: agències de viatge, oficines de turisme, organització de congressos i esdeveniments, parcs temàtics, etc.
6. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
7. Proposar solucions alternatives de manera creativa als problemes en la planificació i en la gestió de departaments, activitats o serveis de noves àrees del sector turístic, així com en entitats i productes turístics singulars.
8. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
9. Treball en grup.

Continguts

Tema 1. El concepte d'Oficina de Turisme. Modalitats, funcions i regulació

Tema 2. Els usuaris d'una Oficina de Turisme. Els socis. El sector públic i el privat

Tema 3. Els professionals de les Oficines de Turisme

Tema 4. Catàleg de serveis de l'Oficina de Turisme. Comparació de sistemes.

Tema 5. Informació Turística. Serveis en destinació.

Tema 6. Comunicació d'una destinació turística. La xarxa i les TIC

Tema 7. Qualitat i innovació

Metodologia

L'assignatura funciona en base a tres metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

- Metodologia de la part teòrica de l'assignatura: Sessions presencials amb metodologia combinada: classe magistral i pràctica. Les classes comptaran sovint amb suport audiovisual (visionat d'algun vídeo de suport a la teoria, presentacions en *power point*, etc.).
- Metodologia de la part pràctica de l'assignatura: Realització i exposició a classe d'exercicis relacionats amb casos reals. El procés de realització i aclariment de consultes es realitza totalment en un entorn virtual.
- Metodologia de la part no presencial de l'assignatura (Campus Virtual): La plataforma del Campus Virtual s'emprarà com a entorn principal d'intercanvi d'informació, de consulta i de debat . La participació és obligatòria

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes Teòriques	16	0,64	4, 5, 6, 8
Tipus: Supervisades			
Treball online	12	0,48	2, 3, 4, 5, 6
Tutories	13	0,52	2, 5, 6
Tipus: Autònomes			
Estudi	20	0,8	1, 3, 4, 5, 8, 9
Treballs	6	0,24	1, 3, 5, 7

Avaluació

L'avaluació d'aquesta assignatura consistirà en:

- La participació a l'aula virtual, amb un valor del 30%.
- La realització de treballs i les exposicions orals a classe, amb un valor del 40%.
- La realització d'un examen, on es contemplaran tant qüestions teòriques com aspectes relatius a la part pràctica de l'assignatura, amb un valor del 30%

Per aprovar l'assignatura s'ha de fer l'examen i els treballs pràctics. No es pot aprovar l'assignatura només amb l'examen.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitats Online	30%	0	0	1, 3, 6, 7
Examen Teòric	30%	2	0,08	1, 4
Presentacions orals, Treballs	40%	6	0,24	2, 3, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografia

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.