

**Fundamentos del turismo**

Código: 101193  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OB	1	1

**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: Sí

**Equipo docente**

Arena Yáñez Gago

**Prerequisitos**

No hay prerequisites

**Objetivos y contextualización**

- Situar al estudiantado 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, actividades, infraestructuras y factores sociales, medioambientales y del entorno.
- Comprender los aspectos básicos del mundo del turismo desde una perspectiva de género.

**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: La demanda: Los mercados turísticos y sus condicionamientos.

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 se basa en una combinación entre clases magistrales y actividades individuales o en grupos reducidos para trabajar los diferentes aspectos tratados en el aula.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## 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:

- Dos exámenes parciales (60% de la nota), uno a la mitad de la asignatura (30%) y otro al final del curso (30%). Para que estos exámenes cuenten en la nota final, es necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada examen.
- Un trabajo intermedio (10%)
- Un trabajo final (20%). Este trabajo debe entregarse y presentarse en clase en la fecha convenida. El proyecto que no obtenga un mínimo de 5 sobre 10 deberá repetirse y entregarse de nuevo el día del examen final, mejorándolo a partir de los comentarios realizados por la profesora y con entrega el día del examen final.
- Participación a los debates, fórums y clases (10%)

Para aprobar la asignatura es obligatorio obtener una nota media mínima de 5 sobre 10.

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

### 2) Evaluación única:

- El alumnado que no puedan realizar la evaluación continua, tienen la opción de presentarse a un examen final y entregar un trabajo. Será necesario informar a la profesora via e-mail, de la opción tomada y adjuntar los documentos pertinentes antes de que finalice el mes de setiembre.
- 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 el alumnado, 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

- Bibliografía bàsica

Cooper, C. (2016): *Essentials of tourism*. Editorial Pearson.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2013). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson.

Lew, A. (21 gener 2017). Modeling the Resilience Adaptive Cycle. *Collaborative for Sustainable Tourism and Resilient Communities Blog*.

<http://www.tourismcommunities.com/blog/modeling-the-resilience-adaptive-cycle>

Pacheco, A. & Jatzire, G. (2020). Modelos turísticos y desarrollo sustentable: Análisis teórico. En: *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial. Desafíos actuales y escenarios futuros*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores. <http://ru.iiec.unam.mx/5123/>

### Bibliografía complementària

Olmos, Juárez, L.; Garcia Cebrián, R. (2016) Estructura del mercado turístico. Madrid. Paraninfo

Priestley, G. & Llurdés, J.C. (dir) (2007). *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. UAB.

Tinsley, R. & Lynch, P. (2001). Small tourismbusiness network and destination development.

*International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367-378.

[https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(01\)00024-X](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(01)00024-X)

Vogeler, C. & Hernández, E. (2000). El Mercado Turístico. Centro de Estudios Ramón Areces.

### Webs institucionals:

- Barcelona Turisme. [www.barcelonaturisme.com](http://www.barcelonaturisme.com)
- Departament d'Empresa i Coneixement (2002) Llei 13/2002 de 21 de juny.
- Instituto de Estudios Turísticos (IET). [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)
- Ministerio de Indústria, Comercio y Turismo (2008) Plan de Turismo Español Horizonte 2020. Madrid. Secretaría de Estado de Comercio.
- Ministerio de Indústria, Comercio y Turismo (2012) Plan Nacional e Integral de Turismo, PNIT. Madrid. Secretaría de Estado de Comercio.
- ODS 2030. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- OMT (2017) El Código Ético Mundial. Ginebra. UNWTO.
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
- Turisme de Catalunya. [www.turismedecatalunya.com](http://www.turismedecatalunya.com) i [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com)
- Turisme de Barcelona. [www.barcelonaturisme.com](http://www.barcelonaturisme.com)

## Software

Moodle se utilizará para el correcto seguimiento y evaluación de la asignatura. El estudiantado necesitará utilizar procesadores de textos y programas para preparar presentaciones (tipo PowerPoint).