

Gestión de Oficinas de Turismo

Código: 101225

Créditos ECTS: 3

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Turismo	OT	4

Contacto

Nombre: Philippe Verdoodt Carazo

Correo electrónico: philippe.verdoodt@uab.cat

Equipo docente

Philippe Verdoodt

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No hay prerequisitos

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.

En este curso se aplicarán iniciativas que intentarán concienciar de la importancia de la Igualdad de Género en el desarrollo personal y profesional de los/las estudiantes.

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. 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.
2. Aplicar los conceptos de empresa relacionados con los productos y organizaciones turísticas en los diferentes ámbitos del sector y de sus actividades.
3. Desarrollar los principios y criterios de la sostenibilidad y la gestión de calidad del hecho turístico y extenderlos a otras actividades.
4. "Identificar objetivos y estrategias de los distintos componentes del sector turístico; agencias de viaje, oficinas de turismo, organización de congresos y eventos, parques temáticos"
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

Actividades formativas y Metodología

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

Idioma de impartición: Inglés

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.

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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades Online	20%	0	0	2, 3, 6, 7
Examen Teórico	40%	2	0,08	2, 5
Presentaciones orales, Trabajos	40%	6	0,24	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9

La evaluación de esta asignatura consistirá en:

- La participación en el aula virtual, con un valor del 20%.
- 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 40%.

Para aprobar la asignatura (tanto evaluación continua como evaluación única) se debe realizar el examen y los trabajos prácticos. No se puede aprobar la asignatura solo con el examen.

La calificación de la asignatura será NO EVALUABLE cuando el estudiante se presente a menos de la mitad de las actividades de evaluación y/o no se presente al examen final.

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.

Marketing the competitive destination of the future - Buhalis, D

The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective - Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I.

Tourism Marketing: A Collaborative Approach - Fyall, A., & Garrod, B.

Destination competitiveness: determinants and indicators - Dwyer, L., & Kim, C.

Destination Marketing Organisations - Pike, S.

Software

No hay.

Grupos e idiomas de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Inglés	primer cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Inglés	primer cuatrimestre	mañana-mixto