

Guía docente de la asignatura Fundamentos del turismo

1. IDENTIFICACIÓN

- ✓ **Nombre de la asignatura:** Fundamentos del Turismo
- ✓ **Código:** 101193
- ✓ **Titulación:** Grado de Turismo
- ✓ **Curso académico:** 2018-19
- ✓ **Tipo de asignatura:** obligatoria
- ✓ **Créditos ECTS (horas):** 6 (150)
- ✓ **Período de impartición:** 1er semestre
- ✓ **Idioma en que se imparte:** Catalán/Castellano
- ✓ **Profesorado:** Maria Abril y Karen Rodríguez
- ✓ **E-mail:** maria.abril@uab.cat; Karen.Rodriguez@uab.cat

2. PRESENTACIÓN

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.

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

OBJETIVOS FORMATIVOS

Al finalizar la asignatura el alumno será capaz de:

- 1- Conocer los principales conceptos del sector turístico
- 2- Ser introducido en las características más relevantes del sector turístico
- 3- Conocer el sector turístico mundial, español y catalán para tener una visión del sector en el que se está incorporando.
- 4- Conocer las tendencias tecnológicas y de negocio con impacto en el sector turístico.

4. COMPETENCIES Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

La alumna/El alumno al finalizar el curso debería tener la capacidad de:

- CE1. Demostrar que conoce y comprende los conceptos y principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE1.3. Identificar y relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos (i.e. intermediación, alojamiento, restauración y ocio, consultoría, etc.).

CE1.4. Analizar el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus subsectores empresariales.

- CE5. Identificar y evaluar los elementos que conforman el sistema turístico y su interacción con el entorno, así como su impacto.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE5.3. Identificar la complejidad del sector turístico y de sus subsectores, así como la interrelación entre ellos y con el resto de subsectores.

CE5.4. Relacionar las actividades que conforman el sector turístico en todos sus ámbitos (i.e. intermediación, alojamiento, restauración y ocio, consultoría, etc.), distinguiendo sus elementos diferenciales

- CE10. Argumentar de forma reflexiva y crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE10.1. Argumentar a través de la visión del sector y la perspectiva teórica, cómo debe ser desarrollado el sector turístico.

CE10.2. Describir el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.

- CE15 Valorar la dimensión económica del turismo a diferentes escalas y analizar la interrelación entre ellas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE15.5. Analizar la dimensión económica del turismo a partir del estudio de sus subsectores (i.e. intermediación, alojamiento, restauración y ocio, consultoría, etc.).

- CE17 Presentar y negociar ante los diferentes organismos proyectos y planes de desarrollo turístico aplicados a zonas y regiones determinadas.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE17.1. Distinguir y describir proyectos para el desarrollo turístico de los diferentes subsectores del sector turístico.

CE17.2. Evaluar de forma crítica proyectos y planes de desarrollo turístico aplicados a zonas y regiones determinadas

- CE18. 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 turismo, estudios de mercado, etc.)

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CE18.1. Identificar los mecanismos de análisis cuantitativos y cualitativos de los diferentes subsectores del sector turístico, su impacto y evolución.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma
- CT2. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- CT4. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- CT6. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de otros.
- CT9. Tener un comportamiento responsable con el entorno medioambiental, social y cultural.
- CT10. Trabajo en grupo
- CT11. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.

5. TEMARIO Y CONTENIDO

Tema 1: Origen y evolución de la actividad turística.

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

Tema 3: Los mercados turísticos y sus condicionamientos. Tendencias en turismo y tecnología

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

Tema 5: Las empresas turísticas (II). Las funciones de distribución.

Tema 6: Las empresas turísticas (III). El marketing turístico.

Tema 7: Las empresas turísticas (IV). La calidad en los servicios turísticos.

Tema 8: Política turística.

6. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bibliografía

- Código ético mundial para el turismo (OMT).
- El mercado turístico. Carlos Vogeler Ruiz y Enrique Hernández Armand. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 2000.
- Estructura del Mercado turístico. Jordi Montaner Montejano. Ed. Síntesis. Madrid, 1996.
- Introducción a la economía del turismo en España. Andrés Pedreño Muñoz, Vicente M. Monfort Mir. Ed. Civitas. Madrid, 1996.
- Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo. Ed. OMT. Madrid, 1998.
- Ley 13/2002, de 21 de junio de Turismo de Cataluña. BOE núm. 169 (25810). Martes 16 de julio de 2002.
- Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2008 - 2020). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio - Secretaría de Estado de Comercio. Madrid, 2008.
- Plan Nacional e Integral de Turismo - PNIT (2012 - 2016). Ministerio de Industria, Energía y Comercio. Madrid, 22 de julio de 2012.
- Calidad total en la gestión de servicios. VA Zeithaml, A. Parasuraman, LL Berry. Ed. Díaz de Santos. Madrid, 1992.
- Marketing turístico. Fernando Muñoz Oñate. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1994.
- Marketing y gestión de servicios. Christian Grönroos. Ed. Díaz de Santos. Madrid, 1994.
- Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Philip Kotler, John Bowen, James Makena. Ed. Prentice - Hall Hispanoamericana. México - Nueva York, 1997.
- Turismo y Medio Ambiente: La sostenibilidad como referencia. Secretaría General de Turismo Madrid, 1994.

Webgrafía

- Instituto de Estudios Turísticos (IET). www.iet.tourspain.es
- Organización Mundial del Turismo. (OMT). www.unwto.org
- Turismo de Cataluña. www.turismedecatalunya.com y www.catalunya.com/
- Turismo de Barcelona. www.barcelonaturisme.com
- www.tourspain.es/
- www.hosteltur.com
- www.spain.info/

7. METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología docente que se utilizará será una combinación entre las clases magistrales y exposiciones sobre prensa turística, básicamente una serie de actividades individuales o en grupos reducidos para trabajar los diferentes aspectos tratados en el aula. Los ejercicios y trabajos se les irán dando a los alumnos a lo largo del curso.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	40	0,1,6	CE1.3. CE1.4. CE17.1. CE17.2. CT1, CT6, CT9, CT11
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	25	1	CE5.3., CE5.4. CT1, CT6
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	50	2	CE15.5, CE18.1. CT1, CT4, CT6, CT9, CT10, CT11
Estudio	35	1,4	CE10.1. CE 10.2.

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se realizará dos exámenes uno a la mitad de la asignatura y la otra al final de los 8 temas que contarán un 60% de la nota.

Se realizarán tres trabajos a lo largo del periodo de clases de los profesores correspondiente que contarán un 15% de la nota.

Un trabajo final que valdrá el 15% de la nota.

Y el 10% restante saldrá de la asistencia y participación en las clases.

Para aprobar la asignatura es obligatorio aprobar el examen del profesor y realizar las actividades prácticas que procedan.

Nota importante: el plagio parcial o total supondrá la no acreditación de toda la asignatura.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen parcial y final	30% + 30%	2	0,08	CE1.3. CE1.4. CE17.1. CE17.2. CT2, CT4
Trabajos prácticos	30%	38	1,52	CE5.3., CE5.4., CE15.5, CE18.1., CT1., CT6., CT10., CT11
Debates, fórums, asistencia	10 %	4	0,24	CT1, CT4, CT9,

9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

SEMANA	TEMA	MÉTODO	HORAS
1	Presentación de la asignatura y de todos los trabajos, resolución de dudas.	Magistral, preguntas, dudas	2
2	Tema 1: Origen y evolución de la actividad turística.	Magistral, casos prácticos.	4
3	Tema 2: El impacto de las actividades turísticas en España.	Magistral, casos prácticos.	4
4	Tema 3: Los mercados turísticos y sus condicionamientos	Magistral, casos prácticos.	4
5	Tema 3: Los mercados turísticos y sus condicionamientos Examen	Magistral, casos prácticos. Examen	4
6	Tema 4: Las empresas turísticas (I). El producto y las empresas turísticas.	Magistral, casos prácticos.	4
7	Tema 4: Las empresas turísticas (I). El producto y las empresas turísticas.	Magistral, casos prácticos.	4
8	Tema 5: Las empresas turísticas (II). Las funciones	Magistral, casos prácticos.	4

	de distribució.		
9	Tema 5: Las empresas turísticas (II). Las funciones de distribución.	Magistral, casos prácticos.	4
7	Tema 6: Las empresas turísticas (III). El marketing turístico.	Magistral, casos prácticos.	4
8	Tema 7: Las empresas turísticas (IV). La calidad en los servicios turísticos.	Magistral, casos prácticos.	3
9	Tema 8: Política turística	Magistral, casos prácticos.	3
10	Tutorías, dudas Examen	Magistral Examen	4
11	Presentación de trabajos	Actividades dirigidas	4

10. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN

El fomento del emprendimiento y de la innovación se realizará a través de las reflexiones que los propios alumnos puedan hacer de las explicaciones del profesor. Estas reflexiones irán dirigidas a hacer observar a los alumnos qué aspectos de la actividad turística son necesarios de mejorar y que ellos mismos tomen un espíritu emprendedor y ver qué le interesa al sector que ellos emprendan en su actividad profesional.

Una de las formas posibles de hacer esto será analizando cuál es la realidad del sector turístico a través de ' artículos y trabajos' que inciden sobre la situación del sector.