

Guía docente de la asignatura “Gestión de Oficinas de Turismo”

1. IDENTIFICACIÓN

- ✓ **Nombre de la asignatura:** Gestión de Oficinas de Turismo
- ✓ **Código:** 101225
- ✓ **Titulación:** Grado en turismo
- ✓ **Curso académico:** 2018-2019
- ✓ **Tipos de asignatura:** Optativa
- ✓ **Créditos ECTS (horas):** 3 (75)
- ✓ **Período de impartición:** 1er semestre
- ✓ **Idioma en que se imparte:** inglés
- ✓ **Profesorado:** Maria Abril i Sellarés
- ✓ **Correo electrónico:** maria.abril@uab.cat

2. PRESENTACIÓN

Esta asignatura se enmarca dentro del grupo de asignaturas del Grado de Turismo que tienen que ver con la gestión aplicada al sector turístico (planificación estratégica, dirección de proyectos, etc.).

El enfoque de la asignatura es muy práctico y se pretende que los contenidos teóricos se apliquen en forma de ejercicios, actividades de planificación o de análisis de casos reales.

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

Al finalizar la asignatura el alumno será capaz de:

1. Comprender la misión, el entorno, la evolución de las oficinas de turismo, así como sus diferentes funciones o tareas.
2. Conocer y saber diseñar los servicios de las oficinas de turismo y el público y / o usuarios a los que tienen que ir dedicados.

3. Saber organizar y diseñar la prestación de estos servicios.
4. Conocer las competencias profesionales necesarias para cada una de las funciones de las oficinas de turismo, así como las condiciones e infraestructuras necesarias para poder llevar a cabo los servicios de manera eficaz y adecuada.
5. Conocer cómo llevar a cabo el control de calidad para poder conseguir un nivel de satisfacción adecuado por parte del cliente

4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE2. Identificar el marco legal que regula las actividades turísticas a las entidades que las desarrollan.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE2.5. 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

CE4. 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE4.9. Aplicar los conceptos de empresa relacionados con los productos y organizaciones turísticas en los diferentes ámbitos del sector y de sus actividades.

CE6. Demostrar que conoce y entiende el fenómeno turístico en el marco de la sostenibilidad y la gestión de calidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE6.4. Desarrollar los principios y criterios de la sostenibilidad y la gestión de calidad del hecho turístico y extenderlos a otras actividades.

CE7. Definir y aplicar los objetivos, estrategias y políticas comerciales en las empresas y entidades turísticas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE7.5. Identificar objetivos y estrategias de los diferentes componentes del sector turístico; agencias de viaje, oficinas de turismo, organización de congresos y eventos, parques temáticos

CE11. Tener iniciativa y espíritu emprendedor para crear y gestionar empresas y productos del sector turístico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE11.3. Aplicar la iniciativa y el espíritu emprendedor a otro tipo de departamentos, actividades, funciones y entidades, distintos de los de referencia, para fomentar la creación y la mejora de la gestión turística.

CE13. Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CE13.7. Proponer soluciones alternativas de manera creativa a los problemas en la planificación y en la gestión de departamentos, actividades o servicios de nuevas áreas del sector turístico así como entidades y productos turísticos singulares

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT3. Adaptarse a los cambios tecnológicos que vayan surgiendo.

CT4. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.

CT10. Trabajo en grupo

CT13. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y adelantarse a los posibles cambios del entorno.

5. TEMARIO Y CONTENIDOS

1. El concepto de oficina de turismo

Definición de oficina de turismo. Breve historia de las oficinas de turismo. Modalidades de oficinas de turismo. Normativa reguladora de las oficinas de turismo. Funciones de las oficinas de turismo. las oficinas de turismo y su entorno.

2. Los usuarios de la oficina de turismo

¿Quién utiliza los servicios de la oficina de turismo? El concepto de socio de la oficina de turismo. Comprender a los usuarios de la oficina de turismo. Relación entre sector público y privado. Posicionamiento, diferenciación e imagen

3. Catálogo de servicios de la oficina de turismo

Catálogo de servicios. Los servicios en las oficinas de turismo francesas. Los servicios en las oficinas de turismo holandesas. Diferencias entre el sistema francés y el holandés. Los servicios de las oficinas de turismo en España. Resumen de los servicios de las oficinas de turismo

4. información turística

Características informacionales del turismo. La información turística. Usuarios de la información de la oficina de turismo. Los sistemas de información turística para la oficina de turismo. La gestión de la información. Estructura de los sistemas de información de los destinos. Integración de sistemas de reserva

5. Servicios al destino

Poner el destino en marcha. Posicionar el destino turístico. Dinamizar el destino. Creación y gestión de nuevo producto. la planificación. Los estudios sectoriales: los observatorios. La política turística. Las administraciones turísticas. Los organismos de gestión de los destinos. La coordinación público-privada. Redes sociales y capital social

6. Comunicación de un destino

Presentar un destino. La información en la comunicación. La distribución electrónica de la información. Información y comunicación en Internet. Comunicación del destino en la red. La web 2.0. Las redes sociales y la comunicación móvil

7. Calidad e innovación

Entender la calidad. Calidad en la oficina de turismo. El marketing interno. la innovación. Turismo sostenible y turismo responsable

8. Los profesionales de la oficina de turismo

La profesión de los técnicos de un destino turístico. Perfil profesional de la Oficina de Turismo. competencias profesionales. Formación de los profesionales de la Oficina de Turismo

6. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Arcarons, R., González, F., Miralbell, O. y Pallàs, JM (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

7. METODOLOGÍA DOCENTE

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

a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:

Tres sessions presencials con metodològia combinada. El 50% del temps de la sessió de tipus classe-magistral con respecte a los diferents temes del programa. El altre 50% de consulta de los estudiants y aclaracions del professor sobre el apartat teòric de la assignatura. Las clases contarán, a menudo, con soporte audiovisual (visionado de algún vídeo de apoyo a la teoría, presentaciones en *power point*, etc.).

b) Metodològia de la parte pràctica de la assignatura:

Realizaci3n y exposici3n en clase de ejercicios (2 ejercicios individuales y 1 en equipo) relacionados con casos reales. El proceso de realizaci3n y aclaraci3n de consultas se realiza totalmente en un entorno virtual.

c) Metodològia de la parte no presencial de la assignatura (Campus Virtual):

La plataforma del Campus Virtual se emplearà como entorno principal de intercambio de informaci3n, de consulta y de debate. En el Campus Virtual estarà la ficha de la assignatura, el material complementario a la teorìa en formato digital, los ejercicios y casos, enlaces a pàginas web, etc. El profesor pone a disposici3n unos espacios de debate, donde los estudiants responden a tres preguntas que el profesor propone en tres fechas diferentes y que deben servir como origen de un debate entre los estudiants. La participaci3n es obligatoria.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases te3ricas	20	0,80	C 2.5, C7.5, CT3, CT13
Resoluci3n de casos pràcticos Presentaci3n pùblica de trabajos	6	0,24	C13.7., C7.5., CT10
Tipo: Supervisadas			
Tutorias	13	0,52	C7.5, C11.3., CT4
Tipo: Aut3nomas			
Resoluci3n casos pràcticos	6	0,24	C4.9, C6.4, C13.7.
Elaboraci3n de trabajos	18	0,72	C2.5, C4.9, C7.5, C11.3, C13.7, CT10
Estudio	12	0,48	C2.5, C4.9, C6.4, C7.5, C11.3.

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de esta asignatura consistirá en:

- La participación en las discusiones del aula virtual. La calidad del contenido de los mensajes (en base a criterios de adecuación al tema de debate, novedad de la aportación y nivel de reflexión y de análisis crítico de las aportaciones de los demás compañeros y compañeras) determinará la nota de este apartado, que valdrá un 10% de la nota final.
- La realización de dos trabajos basados en (1) el análisis individual de un caso real de unos oficina de turismo y (2), propuesta en un trabajo en grupo, de una estrategia de comunicación de una oficina de turismo. Cada trabajo vale el 25% de la nota final. Por tanto, la suma de los dos trabajos vale un 50% de la nota final. (Un 5% de la nota individual del segundo trabajo será la auto-evaluación por parte de cada uno de los alumnos del grupo)
- La realización de un examen final, que valdrá un 40% de la nota final y que incluirá tanto la materia teórica expuesta en las clases magistrales, en el material del curso (artículos, documentos, libros entre otros) como aspectos relativos a la parte práctica de la asignatura.

Para hacer promedio en la nota final hay que obtener al menos un 5 sobre 10 en la parte segunda y tercera objetos de evaluación

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen Teórico	40%	2	0,08	CE2.5. CE4.9..
Trabajos, Forum, debates, wiki	50 %	40	1,60	CE6.4, CE11.3, CE11.7, CT3, CT4, CT10, CT13.
Salidas de campo	10%	6	0,24	C4.9., C6.4., C13.7

9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

SEMANA	TEMA	MÉTODO	HORAS
1	Presentación de la Asignatura	Clase presencial magistral Temas abiertos	2
2	Debate en el Fórum	e-learning	2

3	Tema 1. Concepto de Oficina de Turismo	Clase presencial, magistral Temas abiertos	2
4	Debate en el Fórum	e-learning	2
5	Tema 2. Los usuarios de les oficines de turisme	Clase presencial, magistral Temas abiertos	2
6	Visita a una oficina de turismo	Salida de campo	3
7	Lectura de los Temas del 3 al 6	e-learning, Cuestionario	2
8	Resolución de dudas de los temas 3 y 6 así como del cuestionario	Clase presencial Temas abiertos	2
9	Debate en el Fórum	e-learning	2
10	Lectura de los Temas 7 y 8	e-learning	2
11	Resolución de dudas de los temas 7 y 8 Presentaciones orales de los trabajos	Clase presencial Temas abiertos Actividad práctica	2
12	Presentaciones orales de los trabajos	Clase presencial Actividad práctica	2
13	Examen	Examen Teórico	1

10. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Esta asignatura pretende profundizar en la adquisición de las competencias que los estudiantes, como profesionales del turismo, deben tener en el emprendimiento y la innovación. Por ello, tanto los debates en el aula como los ejercicios y trabajos orientados a fomentar el análisis crítico de la información, la definición de objetivos y la planificación estratégica, dentro de un marco de emprendimiento e innovación.

En los debates en el aula, se plantean preguntas que obliguen al estudiante a tomar posición ante problemas y situaciones que demanden soluciones innovadoras en la gestión de la oficina de turismo.

En cuando a los trabajos, el análisis de las actuaciones de determinadas oficinas de turismo y la propuesta de mejoras, así como la planificación de acciones y estrategias para lograr unos objetivos prefijados, favorecen la integración de los contenidos de la asignatura en un ejercicio práctico.

En cuanto a la autoevaluación del segundo trabajo, que cada alumno del grupo de trabajo hará sobre el resultado final del ejercicio realizado, incentiva las competencias de responsabilidad, toma de decisiones y análisis crítico necesarios para la emprendeduría