La Intermediación en el sector turístico

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 04-05-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte

Coordinador/a: GARCIA FERNANDEZ, MIGUEL ANGEL

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

OBJETIVOS

COMPETENCIAS

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones ¿y los conocimientos y razones últimas que las sustentan¿ a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando.

Analizar los distintos indicadores que permitan conocer la relevancia del turismo español en el mundo.
Interpretar las formas de promover el crecimiento de la oferta turística nacional, regional y local, partiendo de los recursos culturales y naturales.
Que los estudiantes interpreten las claves del equilibrio territorial, y la integración cultural de las zonas marginadas.
Identificar el tejido turístico como la integración de los bienes naturales y culturales, estableciendo relaciones de compromiso y equilibrio entre ambas realidades.
Aplicar la capacidad de trabajo en equipo en temáticas relacionadas con el patrimonio cultural y natural.

Manejar adecuadamente el empleo de conceptos innovadores vinculados a la gestión turística.

Definir una metodología de trabajo, desde el trabajo de campo hasta la interpretación y publicación de los resultados en el ámbito de la gestión de los recursos turísticos.

Evaluar el papel estratégico del turismo para el desarrollo económico de los pueblos y la puesta en valor y conservación activa de los recursos naturales y culturales.

Analizar las fuentes de información para el análisis de los espacios y las actividades turísticas.
Capacitar para interpretar la diversidad social y cultural.

Valorar el espíritu crítico para una mejora permanente del producto turístico, tomando la iniciativa en la renovación y actualización permanente de las ofertas.

Aplicar las variables económicas, legales, sociales y políticas que intervienen en el Turismo, para el impulso de los bienes de interés cultural y natural.
Adquirir conocimientos para responder a nuevos retos de emprendiduría turística.

Demostrar el conocimiento en materia turística.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Dotar a los alumnos de los conocimientos para establecer un proceso riguroso y profesional de creación y gestión de marcas, para posteriormente, aplicar estos conceptos a la creación de una marca de destino y/o recurso en el ámbito turístico.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Se entiende por intermediación turística la actividad económica de aquellos que se dedican comercialmente a la mediación en la venta y organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios (físicos e informáticos en su prestación).

1. Las agencias de viajes tradicionales: mayoristas y minoristas.
2. Las agencias de viajes innovadoras u "online".
3. Nuevas propuestas individuales y no empresariales en la intermediación.
4. El auto-empleo en la intermediación
5. Programas y aplicaciones en las agencias de viajes: AMADEUS.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clase teórica

Clases prácticas

Tutorías

Trabajo en grupo

Trabajo individual del estudiante

La modalidad semipresencial establecerá un menor número de horas en aula un mínimo de un 40%l por asignatura (AF1), y más tiempo de trabajo online, que se valorará dentro de las actividades formativas AF2, AF6 y AF7, además de una asistencia a tutorías presenciales y online de manera sistemática (AF5).

METODOLOGÍAS DOCENTES

Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura:
Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

Resolución de casos prácticos, problemas, etc. planteados por el profesor de manera individual o en grupo

Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos

Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Prácticas en clase y fuera del aula.

Peso porcentual del Examen Final:	0
Peso porcentual del resto de la evaluación:	100

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Albert Piñole, Isabel: Gestión de la intermediación turística, Planeta UOC, 2004
- Esteban Alberdi, Cristina Empresas de intermediación turística y nuevas tecnologías [Texto impreso] : estudio de calidad del segmento minorista para viajes de ocio, Vision Net, 2006
- González González, Yolanda: Dirección de entidades de intermediación turística. , Síntesis, 2013