

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

1.- Datos de la Asignatura

Código	105516	Plan	Cód. 275 Grado en Turismo	ECTS	6
Carácter	Básico	Curso	3º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Milagros Fernández Herrero	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de mercados		
Centro	E.U. de Educación y Turismo (Ávila)		
Despacho	79 (Administración y Economía de la Empresa)		
Horario de tutorías presenciales	Se fijarán al inicio del curso académico		
E-mail	mfh@usal.es	Teléfono	920353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo 2. Gestión de empresas de servicios turísticos.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Materia básica de 6 créditos ECTS programados en el semestre 5, curso 3º.
Perfil profesional.
Mención Gestión y planificación del turismo.

Mención Gestión del ocio y la cultura.

3.- Recomendaciones previas

Es aconsejable que el alumno haya superado previamente la materia de *Fundamentos de marketing*.

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos esenciales pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

- Conseguir la excelencia en las relaciones con el consumidor de productos y servicios turísticos.
- Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre las estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales
- Adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- Conocer las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno como externo.

5.- Contenidos

1. La comunicación comercial integral en turismo.
2. Comunicación turística en el entorno digital.
3. Marcas.
4. Publicidad en turismo.
5. Campañas de comunicación.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

Básicas:

CB1, CB2, CB3, CB4, CB5

Generales:

CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7

Específicas.

CE5, CE10, CE12, CE19

7.- Metodologías docentes

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor): sesión magistral.
- Actividades prácticas guiadas: prácticas en el aula, prácticas en aula de informática, prácticas externas, exposiciones y debates.
- Atención personalizada (dirigida por el profesor): tutorías, actividades de seguimiento online.
- Actividades prácticas autónomas: preparación de trabajos, trabajos, foros de discusión.
- Pruebas de evaluación: pruebas objetivas tipo test.

Nota: La plataforma virtual Studium será el soporte para el desarrollo de la asignatura. A través de ella se facilitará todo el material necesario para desarrollar la misma; igualmente servirá de canal de información y tutorización para la materia.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	26		52	78
Prácticas	- En aula	4	2	6
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática	10	5	15
	- De campo	8	3	11
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates	4		4	8
Tutorías	6	2		8
Actividades de seguimiento online		2		2
Preparación de trabajos		10	10	20
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	2			2
TOTAL	60	14	76	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

SAN EUGENIO, J. COORD. (2012). *Manual de comunicación turística*. Barcelona. Documenta Universitaria.
DE ESTEBAN, J. ET AL (2012). *Comunicación comercial. Una visión práctica e integrada*. Madrid. Pearson.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

BONIFACE, B. Y COOPER, C. (2005). *Worldwide destinations casebook*. Oxford. Elsevier.
BORJA, L., CASANOVAS, J.A. Y BOSCH, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid. ESIC.
EJARQUE, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito*. Madrid. Pirámide.
EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2007). *Handbook on tourism market segmentation*. Bruselas. WTO, ETC.
EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2008). *Handbook on e-marketing for tourism destinations*. Madrid. WTO, ETC.
EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2009). *Handbook on tourism destinations branding*. Madrid. WTO, ETC.
KOTLER, P. (2008). *Fundamentos de marketing* (8ª ed.). México. Prentice Hall.
KOTLER, P. ET AL (2011). *Marketing turístico* (5ª ed). Madrid. Prentice Hall-Financial Times.
MUNUERA ALEMÁN, J.L. Y RODRÍGUEZ ESCUDERO, A.I. (2002). *Estrategia de marketing: teoría y casos*. Madrid. Pirámide.
SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2002). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid. ESIC.
VÁZQUEZ CASIELLES, R., TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J.A. Y RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales* (4ª ed.). Madrid. Thomson-Civitas.

OTROS RECURSOS:

Material de elaboración propia proporcionado a través del Campus Virtual Studium.
Referencias bibliográficas específicas de carácter profesional.
Páginas web institucionales, empresariales y profesionales.
Publicaciones periódicas profesionales.
Estadísticas e informes sectoriales.
Guías profesionales.
Indicadores turísticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el resto de trabajos desarrollados por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y el aprendizaje autónomo. El compromiso ético será valorado tanto en las prácticas como en las intervenciones en la clase.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua:

- Pruebas intermedias y/o elaboración de trabajos prácticos.
- Asistencia y/o participación.
- Prueba final.

Sistema de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia
Prueba final	50% (5 ptos)	2 puntos	50% (5 ptos)	2 ptos
Pruebas intermedias y/o elaboración trabajos prácticos	40% (4 ptos)	1.6 ptos	50% (5 ptos)	2 ptos
Asistencia y/o participación	10% (1 pto)	0.8 ptos	-	-
Total	100%	5	100%	5

La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula. En el caso de alumnos no presenciales, se planteará un trabajo o práctica adicional para la consecución del punto adicional que se otorga a la participación e interacción con el grupo.

Convocatoria extraordinaria: Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda la utilización de las tutorías presenciales y/o online para atender cada situación

específica.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1.- Datos de la Asignatura

Código	107502	Plan	2010	ECTS	6
Carácter	OBLIGATORIA	Curso	3º	Periodicidad	Semestral
Área	PSICOLOGÍA SOCIAL				
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y ANTROPOLOGÍA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	FERNANDO JIMÉNEZ MUÑOZ	Grupo / s	1
Departamento	PSICOLOGÍA SOCIAL Y ANTROPOLOGÍA.		
Área	PSICOLOGÍA SOCIAL		
Centro	ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO DE AVILA		
Despacho	43		
Horario de tutorías	Por determinar.		
URL Web			
E-mail	fjmunoz@usal.es	Teléfono	920353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia	Gestión de empresas de Servicios turísticos
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Pertenece a un bloque multidisciplinar. De carácter obligatorio.
Perfil profesional.	Gestión y dirección de empresas turísticas

3.- Recomendaciones previas

Ninguna.

4.- Objetivos de la asignatura

Proporcionar los conocimientos, técnicas y políticas necesarias para dirigir y motivar al principal activo de la organización: las personas, principalmente desde el punto de vista de las organizaciones turísticas donde, por sus características, un factor clave de su éxito reside en el servicio personalizado y en la calidad del trato interpersonal. El alumno ha de ser consciente de la importancia que tiene el departamento de Recursos Humanos en su conjunto y en todas y cada una de sus vertientes.

5.- Contenidos

1. Introducción al mundo de las organizaciones. Evolución histórica. La gestión de Personal en el sector turístico.
2. El puesto de trabajo. Análisis y Valoración de tareas.
3. La selección de personal. Diseño curricular. El reclutamiento. Concepto y fases del proceso de selección.
4. La adscripción al puesto de trabajo. La socialización laboral. El contrato psicológico.
5. La comunicación en las organizaciones.
6. Motivación. Principales teorías y estrategias.
7. Dirección y Liderazgo. Conceptos y teorías.
8. Los grupos en las organizaciones.
9. Formación. Definición y contenidos. Tipología

6.- Competencias a adquirir**Específicas.**

- E1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- E3 Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- E6 Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- E12 Dirigir y gestionar (Management) los distintos tipos de entidades turísticas
- E13 Manejar técnicas de comunicación
- E26 Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas

Transversales.

- G1 Capacidad de análisis y síntesis
- G2 Comunicación oral y escrita en español
- G3 Resolución de problemas
- G4 Toma de decisiones
- G5 Trabajo en equipo
- G6 Razonamiento crítico
- G7 Compromiso ético

7.- Metodologías docentes

Clases presenciales: presentación de los contenidos fundamentales de la asignatura.

Clases prácticas: los alumnos deberán exponer, analizar y debatir las distintas actividades propuestas para la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. Organización de seminarios y debates, dirigidos a la presentación y discusión de las lecturas y trabajos realizados individualmente o en grupo.

Tutorías: Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Actividades introductorias	1			1
Sesiones magistrales	19		12	31
Prácticas	- En aula	12	8	20
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)	2	2	4
Seminarios				
Exposiciones y debates	6		8	14
Tutorías	6			6
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos	1		25	26
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		45	48
TOTAL	50		100	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

- Acosta, A.J., Fernández, N., Mollón, M. (2002). *Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería*. Prentice.
- Ordóñez, M. (1995). *La nueva gestión de los recursos humanos*. Barcelona. Ediciones 2000.
- Martín, I. Gaspar, A.I. (2010). *Administración de los Recursos Humanos en las empresas turísticas*. Pirámide.
- Pardo, M. Luna, R. (2006) *Recursos humanos para turismo*. Pearson.
- Peiró, J.M. y Prieto, F. (1996), *Tratado de Psicología del trabajo y las organizaciones*. Valencia. Síntesis.
- Sánchez, J.C. (2002/2010). *Psicología de los grupos*. Madrid: McGraw-Hill

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.**OTROS TEXTOS DE INTERES**

- Gil Rodríguez, F. Alcover de la Hera, CM. (2004). *Técnicas grupales en contextos organizacionales*. Madrid. Pirámide.
- Ovejero, A. (2004). *Técnicas de Negociación. Cómo negociar eficaz y exitosamente*. Madrid: McGraw-Hill.
- Puchol Moreno, L. Martín, MJ. Núñez, A, y Ongallo, C. (2010). *El libro de las habilidades directivas*. Madrid. Díaz de Santos.

www.rrhhmagazine.com
 www.capitalhumano.es
 www.losrecursoshumanos.com
 www.gestiondelconocimiento.com
 www.world-tourism.org
 www.tourspain.es
 www.aecit.org
 www.exceltur.org

A lo largo del curso, el profesor podrá poner al alcance del alumno otras referencias bibliográficas, así como enlaces de Internet, videos u otro tipo de recursos distintos de los anteriormente señalados.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

El sistema de evaluación aplicado será mixto, evaluando la adquisición de las competencias de la asignatura, tanto de forma continua, como mediante pruebas objetivas o exámenes.

Criterios de evaluación

En las pruebas objetivas el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis, el razonamiento crítico y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral, el razonamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

Instrumentos de evaluación

Concepto de Evaluación	Tipo de prueba	calificación
Prueba final	Examen	40%
Participación e interacción grupal	Asistencia al menos al 80% de las sesiones + actividades en el aula	15%
Evaluación continua	Exposición de un trabajo en el aula	30%
Evaluación continua	Control intermedio eliminatorio	15%
	Total	100%

Recomendaciones para la evaluación.

Para la adquisición de las competencias previstas en la asignatura se recomienda la participación activa en todas las actividades y el uso de las tutorías.

Recomendaciones para la recuperación.

<p>Se realizará un examen de recuperación en la fecha prevista en la planificación docente. Además, para la recuperación de las partes de evaluación continua que el profesor estime recuperables, se establecerá un proceso personalizado a cada estudiante.</p>

DISEÑO DE PROYECTOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS**1.- Datos de la Asignatura**

Código	107.503	Plan	2010	ECTS	3,0
Carácter	Obligatorio	Curso	3º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de Mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Natividad Serrano	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de Mercados		
Centro	EU de Educación y Turismo		
Despacho	79 (Administración y Economía de la Empresa)		
Horario de tutorías	Se marcarán 2 horas semanales de tutorías presenciales al inicio del curso académico		
URL Web			
E-mail	nsr@usal.es	Teléfono	920353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo 3. Recursos, productos y destinos turísticos
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Materia obligada de 3 créditos ECTS programados en el 1º semestre del tercer curso.
Perfil profesional.
Itinerario: Gestión y Planificación y del turismo. Ámbitos: planificación y gestión pública del turismo; productos y actividades turísticas; formación, investigación y consultoría.

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado:

- Estructura de mercados
- Gestión pública del turismo
- Recursos patrimoniales y artísticos
- Derecho administrativo del turismo

4.- Objetivos de la asignatura

- Comprender la estructura básica de un proyecto turístico.
- Conocer productos innovadores y competitivos en el sector turístico
- Conocer y analizar estudios de mercado relacionados con los diferentes productos turísticos.
- Realizar y comprender estudios económicos de los diferentes productos turísticos.
- Realizar y comprender estudios técnicos de los diferentes productos turísticos.

5.- Contenidos

Bloque 1.

Tema 1. Estructura básica de un proyecto turístico.

Tema 2. Planificación y proyecto.

Tema 3. Indicadores e impactos.

Tema 4. Estudio económico y técnico.

Bloque 2.

Tema 1. Diseño de producto turístico.

Tema 2. Viabilidad del producto.

Tema 3. Precio del producto.

Tema 4. Distribución y promoción.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG1 Comunicación oral y escrita en español.

CG2 Trabajo en equipo.

CG3 Compromiso ético.

CG4 Adaptación a nuevas situaciones.

CG5 Creatividad.

CG6 Iniciativa y espíritu emprendedor.

CG7 Motivación por la calidad.
CG8 Trabajar en medios socioculturales diferentes.

Específicas

CE7 Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
CE9 Gestionar los recursos financieros en empresas e instituciones turísticas.
CE23 Analizar los impactos generados por el turismo.
CE24 Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y su aplicación al turismo, al ocio y la cultura.
CE26 Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

7.- Metodologías docentes

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor): sesión magistral.
- Actividades prácticas guiadas: prácticas en el aula, prácticas en el aula de informática, prácticas externas, exposiciones y debates.
- Atención personalizada (dirigida por el profesor): tutorías, actividades de seguimiento online.
- Actividades prácticas autónomas: preparación de trabajos, trabajos, foros de discusión.
- Pruebas de evaluación: pruebas objetivas tipo test.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Actividades introductorias	2			2
Sesiones magistrales	18		20	38
Prácticas	- En aula			
	- En aula de informática	4		4
Exposiciones	2			2
Debates				
Tutorías		2		2
Actividades de seguimiento online	1	2		3
Preparación de trabajos	1	4	5	10
Foros de discusión	1		8	9
Trabajos				
Pruebas objetivas tipo test	1	4		5
TOTAL	30	12	33	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

ARANDA HIPÓLITO, A. (2011). Turismo: Una visión global. Ed. Aranzadi.
 DE BORJA SOLÉ, L., CASANOVAS PLA, J.A., BOSCH CAMPRUBÍ, R. (2002). El consumidor turístico. Ed. ESIC.
 ESTEVE SECALL, R. (2006). Estructura de Mercados Turísticos. Ed. UOC.
 KOTLER, P., BOWEN, J., MAKENS, J., RUFÍN, R., REINA, D. (2008). Marketing para turismo. Ed. Pearson / Prentice Hall.
 MILIO BALANZÁ, I. (2004). Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. Ed. Paraninfo.
 SERRA, A. (2011). Marketing turístico. Ed. Pirámide.
 TINARD, Y. (1996). Turismo, economía y gestión. Ed. Bosch, S.A.
 VARIOS AUTORES (2011). Diseño de productos turísticos. Ed. Síntesis.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Publicaciones del sector.
 Indicadores turísticos.
 Referencias bibliográficas específicas de carácter profesional.
 Páginas web institucionales, empresariales y profesionales.
 Estadísticas e informes sectoriales.
 Compendios de legislación.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

El sistema de evaluación permitirá la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales. Los alumnos no presenciales deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano competente decidirá si puede acogerse a dicha modalidad o no.

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis, el razonamiento crítico y la comunicación escrita.

En el trabajo práctico se valorará la capacidad de desarrollo de los conocimientos adquiridos, la comunicación oral y escrita, el razonamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

Instrumentos de evaluación

- Prueba final (examen tipo test).
- Participación e interacción con el grupo en actividades en el aula.
- Asistencia a clase.
- Evaluación continua en forma de trabajos prácticos.

CONCEPTO DE EVALUACIÓN	TIPO DE PRUEBA	ALUMNOS PRESENCIALES	ALUMNOS NO PRESENCIALES
Prueba final	Examen tipo test	50%	50%
Evaluación continua	Trabajo práctico	40%	40%
Participación	Actividades aula y online	10%	10%
	Total	100%	100%

Recomendaciones para la evaluación.

- Para la evaluación será necesaria la asistencia al menos a un 80% de las clases así como la realización de las actividades tanto en clase como online.
- Los alumnos no presenciales deberán presentar actividades adicionales a través de la plataforma Studium diseñadas conforme al programa de la asignatura.
- El trabajo práctico consistirá en una práctica a elegir de entre dos propuestas elaboradas por el profesor.

Recomendaciones para la recuperación.

El estudiante que no haya obtenido el nivel mínimo podrá optar a una segunda prueba de recuperación, por lo que se recomienda que acuda a las tutorías establecidas por el profesor, para que de forma personalizada y analizando las circunstancias por las cuales no se ha superado la materia, pueda poner los mecanismos necesarios para obtener y adquirir las competencias exigidas.

PROGRAMACION Y PLANIFICACIÓN DE DESTINOS CULTURALES**1.- Datos de la Asignatura**

Código	107515	Plan	2010	ECTS	4,5
Carácter	Obligatoria	Curso	3º	Periodicidad	semestral
Área	Historia del arte				
Departamento	Historia del Arte/BBAA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium. Campus virtual de la Universidad de Salamanca			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Mª Isabel López Fernández	Grupo / s	1
Departamento	Historia del Arte/Bellas Artes		
Área	Historia del Arte		
Centro	Escuela de Educación y Turismo		
Despacho	Nº 73, PLANTA 2ª		
Horario de tutorías	Se determinaran al inicio del curso		
URL Web			
E-mail	isalopez@usal.es	Teléfono	Ext. 3877

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Esta asignatura es una obligatoria de Mención Gestión y Planificación del Turismo
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
En esta asignatura se establecen las pautas, criterios y metodología para la programación y diseños de itinerarios culturales que en los últimos años han experimentado un gran desarrollo, tanto en el campo del turismo cultural como en el patrimonial. Los itinerarios culturales juegan un papel esencial en la creación de nuevos productos turísticos, ya que se considera que pueden ser un instrumento idóneo para el desarrollo del turismo sostenible, la puesta en valor de recursos patrimoniales, para la conservación y difusión del patrimonio. Por otra parte desde la Unión

Europea se entiende que pueden ser un elemento esencial para la construcción de la identidad de los europeos y desde la UNESCO y la OMT se promueven como un elemento para lograr una cultura de la paz. En esta asignatura se analizan los itinerarios culturales y turístico culturales, se introduce al alumno en el diseño de itinerarios turísticos culturales

No menos importante es analizar y valorar los principales destinos culturales teniendo en cuenta algunas cuestiones destacadas den relación con su gestión, la visita guiada, etc.

Perfil profesional.

El conocimiento de esta materia busca la capacitación de los titulados en Turismo dentro de los ámbitos de la planificación y gestión pública de destinos, de productos y actividades turísticas, formación, investigación y consultoría, especialmente aquellos que están relacionados con la gestión, promoción y difusión del patrimonio cultural

3.- Recomendaciones previas

Los alumnos deberán cumplimentar las fichas de prácticas de la asignatura, siempre con una fotografía actualizada y adecuada.

Su entrega será imprescindible para la realización de las actividades de evaluación continua así como la realización de los exámenes. Deberán introducir sus datos en el perfil de alumnos de studium, con la misma fotografía.

Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carnet universitario, DNI, pasaporte).

Se utilizará Studium como mecanismo de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación.

Se recomienda a los estudiantes un seguimiento diario de la asignatura de acuerdo con la planificación establecida y teniendo en cuenta la programación del resto de las materias que componen el bloque cada semestre. Esta forma de proceder reducirá el tiempo de aprendizaje y dominio de la asignatura, permitiendo desarrollar con mayor facilidad y eficacia las tareas y ejercicios de la misma.

Se recomienda a los alumnos que acudan a las tutorías establecidas por el profesor para resolver cualquier duda que a lo largo del semestre puedan surgir, estas tutorías son independientes de las marcadas por la programación.

Es conveniente, aunque no imprescindible, haber cursado las asignaturas de Patrimonio Cultural y Recursos Artísticos y patrimoniales del mismo área de

4.- Objetivos de la asignatura

Pueden establecerse dos tipos de objetivos, generales y específicos

Objetivos generales:

Proporcionar los conocimientos necesarios para la programación y diseño de itinerarios culturales

Verificar la estrecha relación entre Patrimonio y Turismo cultural.

Valorar el patrimonio como recurso turístico

Analizar los riesgos del turismo cultural

Comprender que el patrimonio es un recurso no renovable

Adquirir los conocimientos, habilidades y recursos básicos necesarios para el diseño de los itinerarios culturales

Comprender la importancia de la planificación en los proyectos de rutas culturales

Entender la importancia que para el desarrollo del turismo cultural tienen los itinerarios culturales y la importancia de aplicar criterios científicos y de calidad en su trazado.

Objetivos específicos:

Conocer los recursos patrimoniales y su aplicación en el turismo

Valorar la importancia de la visita guiada
 Conocer y valorar las grandes rutas en el ámbito español
 Conocer las políticas de la Unión Europea, la UNESCO y la OMT sobre los itinerarios culturales
 Diferenciar los conceptos de itinerarios culturales y los turísticos culturales
 Conocer, valorar y analizar proyectos de itinerarios culturales

5.- Contenidos

La importancia del patrimonio y establecer sus relaciones con el turismo, campo en el que nuestros alumnos van a desarrollar su labor profesional, debe ser uno de los objetivos prioritarios de su formación. Esto implica hablar de investigación, de inventario, de intervención, de protección y conservación, de interpretación, de centros históricos, de objetos materiales e inmateriales, de bienes muebles e inmuebles, de documentos y fondos bibliográficos, de fiestas y tradiciones, de música y del paisaje en el que se encuentra.

La distribución del número de horas asignado a cada tema es orientativo, podrá sufrir algún tipo de modificación a lo largo de semestre en función de las distintas circunstancias que puedan plantearse.

Temario	Horas presenciales teóricas	Horas presenciales prácticas
Tema 1. Concepto de itinerario cultural y de itinerario turístico cultural.	• 1 hora	• 1 hora
Tema 2. Recursos para el diseño y programación de Itinerarios Culturales y turístico culturales	• 2 horas	• 1 horas
Tema 3. Metodología para el diseño de itinerarios	• 2 horas	• 2 horas
Tema 4. Turismo Cultural e itinerarios culturales	• 2 horas	• 1 horas
Tema 5. El turismo Religioso y las peregrinaciones	• 2 horas	• 1 horas
Tema 6. Itinerarios Culturales del Consejo de Europa	• 2 horas	• 1 horas
Tema 7. Itinerarios y rutas Culturales en España	• 2 horas	• 2 horas
Tema 8. Principales destinos culturales del Mundo	• 3 horas	• 3 horas
Tema 9. Principales destinos culturales de España	• 2 horas	• 3 horas

Exámenes oficiales de la asignatura	• 2 horas	
Tutorías	• 6 horas	
TOTAL	• 45 horas presenciales	

El tema de las prácticas se propondrá al inicio del curso.

Se realizarán, una en grupo, que consistirá en el **Diseño y planificación de un itinerario cultural** y otra de forma individual, que se centrará en **el estudio y análisis de un Destino Cultural**.

Será obligatoria la presentación en el aula de la realizada en grupo y su contenido será objeto de examen

6.- Competencias a adquirir

El estudiante del Grado de turismo debe tener en cuenta que su objetivo final es el desempeño de cargos medios y directores de operaciones en empresas turísticas privadas o del sector público. Por tanto la adquisición de una serie de competencias, que en definitiva no son más que una combinación de conocimientos, habilidades y valores son las que conseguirán que pueda afrontar con ciertas garantías de éxito el desarrollo normal de su actividad laboral. En relación con esta asignatura debe adquirir las competencias necesarias para la programación de itinerarios culturales y el análisis y evaluación de los principales destinos culturales.

Básicas/Generales.

Específicas.

CE22 Comprender las características y las principales iniciativas de la gestión del patrimonio cultural en relación con el turismo.

CE23 Analizar los impactos generados por el turismo.

CE24 Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y su aplicación al turismo, al ocio y la cultura.

CE25 Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural y natural

Básicas/Generales

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio de para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS GENERALES (CG)

CG1 Comunicación oral y escrita en español

CG2 Trabajo en equipo

CG3 Compromiso ético

CG4 Adaptación a nuevas situaciones

CG5 Creatividad

CG6 Iniciativa y espíritu emprendedor

CG7	Motivación por la calidad
CG8	Trabajar en medios socioculturales diferentes

7.- Metodologías docentes

Para obtener los objetivos de la asignatura y para que los alumnos/as logren las competencias indicadas se emplearán diversas metodologías, siendo esenciales las siguientes:

Las clases presenciales de carácter obligatorio tienen como objetivo esencial la explicación de los contenidos fundamentales del tema de estudio y con ellas se pretende proporcionar al estudiante las herramientas e instrumentos necesarios para su aprendizaje de forma autónoma.

Número de horas aproximado: 24 horas

Clases prácticas y salidas de campo, en las que los alumnos deberán exponer, analizar y debatir distintas tareas y actividades propuestas, especialmente relacionadas con el diseño de itinerarios.

Número de horas aproximado: 28 horas

Tutorías

Se establecen dos tipos de tutorías:

1. **Tutorías con carácter obligatorio**, programadas en las semanas 6 y 15 de cada semestre, en las que se resolverán cuestiones generales en relación con la materia, contempladas en la planificación horaria del curso.
2. **Tutorías con carácter voluntario** cuyo objetivo es proporcionar a los alumnos un sistema que facilite la comprensión, tanto de los conocimientos teóricos como prácticos, se ha considerado necesario incluir un apoyo personalizado del profesor para cada alumno, Número de horas aproximado: 6 horas semanales, cuyo horario se facilitara al comienzo del semestre

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		21		30	51
Prácticas	- En aula	4		10	14
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo	12		6	18
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		6		1,5	7,5
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos				20	20
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		2			2
TOTAL		45		67,5	112,5
9.- Recursos					

Libros de consulta para el alumno
<p>SOLO SE CITAN ALGUNAS REFERENCIAS BASICAS, AL INICIO DEL CURSO SERA AMPLIADA Y ACTUALIZADA</p> <p>AA.VV.: <i>Actas del Congreso Europeo sobre Itinerarios Culturales y Rutas temáticas</i>, Logroño, Fundación Caja Rioja, 1998</p> <p>AA.VV.: <i>Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España</i>. Urbanismo y Patrimonio Histórico. Madrid, Ministerio de Cultura y Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, 2001</p> <p>AA.VV.: <i>Patrimonio Cultural y Sociedad: una relación interactiva</i>, Valladolid, Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León, 1998.</p> <p>AA.VV.: <i>Proyecto Trashumancia. Turismo Cultural. Análisis y metodología de producción</i>. Logroño, Caja Rioja, 1998</p> <p>AA.VV.: <i>Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza</i>, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.</p> <p>AA.VV.: <i>Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea</i>, Sevilla, Diputación Provincial, 1998.</p> <p>AA.VV.: <i>La cultura como elemento de unión en Europa. Rutas Culturales activa</i>. Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2003 (ed. Jesús Parrado del Olmo)</p> <p>AA.VV.: <i>El patrimonio intangible y otros aspectos relativos a los itinerarios culturales</i>. Gobierno de Navarra, Pamplona, 2003</p> <p>AA.VV. : <i>Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza</i>, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, págs. 247-259.</p> <p>BONET, L., CASTAÑER, X. y FONT, J. (ed.): <i>Gestión de proyectos culturales: análisis de casos</i>, Barcelona, Ariel, 2001.</p> <p>BORG, J. van: "Turismo y ciudades con arte", <i>Estudios Turísticos</i>, nº 126, 1995, págs. 79-90.</p> <p>BOTE GÓMEZ, V. (et al): <i>Los viajes combinados de turismo cultural con destino España en los principales países emisores europeos</i>. Alcalá de Henares, E.U de Turismo, 2000</p> <p>CASTRO MORALES, F. y BELLIDO GANT, M.L. (eds.): <i>Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio</i>, Córdoba, Universidad de Córdoba, 1998.</p> <p>CAYER, M. et alt.: <i>Interprétation du patrimoine</i>, Québec, Office de la Langue Française, 1984.</p>

CEBRIÁN ABELLÁN, A (Coord) .: *Turismo Cultural y desarrollo sostenible: Análisis de Áreas patrimoniales*, Murcia, Universidad de Murcia, 2001
 CLIFFORD, J.: *Itinerarios transculturales*, Barcelona, Gedisa, 1999
 CORCHERO, M.: *Las oficinas de turismo*, Thomson Aranzadi, 2007
 CHAMORRO, V.: "Itinerarios Culturales en la Alhambra. Calidad de la visita pública", comunicación presentada al I Congreso Internacional de Itinerarios Culturales. Santiago de Compostela, Ministerio de Cultura, 2000
 CHOAY, F.: "Museo, ocio y consumo. Del templo del arte al supermercado cultural", en *Arquitectura Viva*, 38, 1994.
 GÓMEZ, J., y GONZÁLEZ-QUIJANO, C.: *Rutas e itinerarios turísticos en España*. Madrid, Síntesis, 1991
 ITB&BRADI SHIPMAN, M.: *Inventory of cultural Tourism Resources in the member states and Assessment of Methods used in Promote them*. Brussels: Comission of the European Communities, 1988
 LÓPEZ FERNÁNDEZ, MI. (2006) "Diseño y programación de Itinerarios Culturales" en PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico nº 60 Nov 2006 pp. 20-33
 MIRABELL IZARD, O.: *Gestión de las oficinas de turismo*, UOC, Barcelona, 2007
 ORTUÑO, M.: "Patrimonio Cultural y Turismo" comunicación presentada en la Universidad de Verano de El Escorial en 1998
 PÁEZ LÓPEZ, J.: "Las rutas culturales como creación cultural: el ejemplo de El Legado Andaluz", en PICAZO, C.: *Asistencia y guía a grupos turísticos*. Madrid, Síntesis, 1996
 OMT: *Gestión de la saturación turística en sitios de interés cultural: Guía Práctica*. Madrid, 2004

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se facilitaran de forma detallada al inicio de cada tema

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

La evaluación de las competencias de la materia se basará en el trabajo continuo de todas las actividades programadas en la asignatura.

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Es decir, el alumno debe demostrar en la evaluación continua que se efectuará de la asignatura:

- Entender y comprender la diversidad de los recursos artísticos y patrimoniales
- La aplicación de los contenidos al contexto actual.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.

- Que realiza los ejercicios propuestos de una manera coherente y con la debida y necesaria presentación.
- Participación en las actividades propuestas

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el razonamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate

Instrumentos de evaluación

- Prueba final (examen teórico/práctico)
- Participación e interacción con el grupo (asistencia, actividades de aula)
- Evaluación continua (trabajos prácticos).

METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

Concepto de evaluación	Tipo de prueba a emplear	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
		Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia	Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia
Prueba final de semestre	Examen (Teórico-práctico)	40% (4 ptos)	2 puntos	50% (5 ptos)	2,5 ptos
Evaluación continua	Trabajos prácticos	50% (5 ptos)	2,5 ptos	50 % (5 ptos)	2,5 ptos
Participación e interacción con el grupo	Actividades en aula y online	10% (1 pto)	0.8 ptos	-	
Total		100%	5	100%	5

- La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula, participación en salidas de campo, tareas propuestas on line a través de la plataforma studium.
- Los trabajos prácticos, obligatorios e imprescindibles para poder presentarse al examen se especificaran al inicio de las actividades de la asignatura.

Convocatoria extraordinaria:

- Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global

Recomendaciones para la evaluación.

El sistema de evaluación anteriormente descrito sigue la filosofía del "Proceso de Bolonia", es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del alumno es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.

Técnicas de Investigación aplicadas al turismo

1.- Datos de la Asignatura

Código	105520	Plan	2010	ECTS	3
Carácter	Obligatoria	Curso	3º	Periodicidad	Semestral
Área	Economía aplicada				
Departamento	Economía aplicada				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Francisco Javier Jiménez Moreno	Grupo / s	
Departamento	Economía Aplicada		
Área	Economía Aplicada		
Centro	Escuela Universitaria de Educación y Turismo		
Despacho	2ª Planta / Despacho 73		
Horario de tutorías	Por determinar (Consultar al comienzo del curso)		
URL Web	http://diarium.usal.es/javjime/ http://diarium.usal.es/gidet		
E-mail	javjime@usal.es	Teléfono	920 353 600 ext. (3877)

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Técnicas aplicadas y formación complementaria. Itinerario de Adaptación al Grado en Turismo (IAGT)
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Esta asignatura sirve para que los estudiantes tomen contacto con la metodología y las técnicas de investigación aplicadas al turismo. Sirve para profundizar y sistematizar las diversas técnicas facilitadas en otras asignaturas y para proporcionar un visión global del proceso de investigación que pueda utilizarse en el Trabajo Fin de Grado.
Perfil profesional.
Gestión del ocio y la cultura Gestión y planificación del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado

Al tratarse de una asignatura aplicada se recomienda haber cursado previamente las asignaturas del módulo de Fundamentos y dimensiones del Turismo y las asignaturas Políticas Públicas del Ocio la Cultura y el Turismo y Estructuras de Mercado

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

No existe recomendaciones.

Asignaturas que son continuación

No existe ninguna asignatura que de forma estricta se pueda considerar continuación de esta.

Otras recomendaciones

Recomendaciones sobre conocimientos previos.

Como en cualquier asignatura de contenido socioeconómico se requieren unos mínimos conocimientos matemáticos. Se recomienda a los estudiantes que tengan debilidades en esta materia que mejoren sus conocimientos en la misma. En la página web del profesor se ofrecen algunas recomendaciones al respecto.

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos imprescindibles pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

Esta asignatura se ha definido como una asignatura English Friendly de nivel 5. En lo que se refiere a esta asignatura esto supone lo siguiente:

- Toda la asignatura se puede preparar con materiales en inglés
- Todos los temas o bloques de la asignatura incluyen materiales complementarios en inglés
- Parte de las pruebas de evaluación pueden realizarse en inglés.

Se pueden consultar los detalles sobre las asignaturas English Friendly en la guía del grado y en la siguiente dirección web <http://diarium.usal.es/gidet>

Recomendaciones sobre el uso de los recursos electrónicos de la USAL

Es **obligatoria** el alta en Studium de los estudiantes en esta asignatura con la incorporación de una fotografía tamaño carnet antes del día cinco de octubre. Este requisito y la entrega de la ficha que facilitarán los profesores es imprescindible para la realización de las actividades de evaluación.

Se utilizarán Studium, la página web del profesor y los medios ofrecidos por la universidad como soporte docente y mecanismo preferente de comunicación entre estudiante-profesor. Para ello es imprescindible la activación y uso del correo institucional que la USAL facilita a los estudiantes.

Recomendaciones para el estudio

Se recomienda que al estudiante que realice desde la apertura del curso un estudio continuado de la asignatura de acuerdo al programa establecido. Esta forma de proceder reducirá el tiempo de aprendizaje y dominio de la materia, permitiendo desarrollar con mayor facilidad y eficacia las tareas y ejercicios de la misma

Los materiales obligatorios para cada uno de los apartados de la asignatura serán propuestos con tiempo suficiente por lo que se aconseja una revisión de los mismos con carácter previo a su impartición en el aula.

En la página web del profesor se incluye contenido útil para el seguimiento de la asignatura, se recomienda su consulta al inicio del curso y el seguimiento de las novedades en la misma.

Recomendaciones sobre el control de asistencia y la evaluación continua.

En las sesiones presenciales de carácter general se realizarán controles de asistencia periódicos. Habrá sesiones de asistencia obligatoria y en algunas de las sesiones prácticas se podrán realizar sin previo aviso actividades evaluables.

Al inicio de la asignatura se comunicarán en clase y en Studium las instrucciones al respecto por lo que se recomienda al estudiante que las estudie con detalle a fin de evitar problemas con la evaluación al final de la asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

- Introducir a los estudiantes en la metodología de la investigación en turismo.
- Usar técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación en turismo.
- Elaborar informes de investigación.

5.- Contenidos

Bloque I. Metodología y fuentes de información para el estudio del turismo

- Introducción a la metodología de la investigación
- Campos de investigación frecuentes en el ámbito del turismo
- Fuentes de información para el estudio del turismo.
 - Datos y documentos.
- Los recursos de información de la USAL
- La gestión de la información para la investigación.

Bloque II. Técnicas básicas de investigación para el turismo

- Técnicas cuantitativas de investigación.
 - Características. Catálogo de técnicas. Estudio de casos.
- Técnicas cualitativas de investigación.
 - Características. Catálogo de técnicas. Estudio de casos.

Bloque III. Presentación de los resultados de la investigación.

- Técnicas básicas para la redacción de trabajos.
- Visualización de datos

6.- Competencias a adquirir

Genéricas.

CG1. Comunicación oral y escrita en español.

GG3. Compromiso ético.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio de para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Específicas.

CE2. Analizar la dimensión económica del turismo.
CE3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del Turismo y de la nueva sociedad del ocio.
CE21. Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
CE23. Analizar los impactos generados por el Turismo
CE24. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.

7.- Metodologías

Clases presenciales expositivas con la totalidad de los estudiantes:

Las sesiones expositivas por parte del profesor se centrarán en los aspectos más importantes de cada tema. Seguirán básicamente el siguiente esquema:

- Presentación breve de las cuestiones fundamentales del tema correspondiente.
- Análisis y explicación detallada de las cuestiones que más relevantes y complejas.
- Resolución de las dudas y ampliación de contenidos propuestas por los estudiantes.

Clases prácticas:

- Las clases prácticas tienen como fin la aplicación bajo la dirección del profesor de los contenidos de las asignaturas.
- El estudiante deberá preparar con la antelación suficiente las tareas programadas y participar activamente en la realización de las mismas en clase.
- Si el número de estudiantes matriculados en la asignatura es elevado parte de estas sesiones prácticas tendrán lugar en grupos reducidos. La distribución de los grupos y el horario de clase correspondiente a cada uno de ellos se establecerá al comienzo del curso.
- Algunos estudiantes podrán realizar trabajo de campo aplicado tanto dentro de la propia universidad como en colaboración con instituciones y empresas que colaboren con la universidad.

Apoyo mediante tutorías:

En el horario del profesor se ha reservado un tiempo para la atención personalizada a los estudiantes. La asistencia a las tutorías es complementaria y no debe ser un sustituto de la asistencia a las sesiones teóricas y prácticas programadas.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		8		12	20
Prácticas	- En aula	8		8	16
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática	10		5	15
	- De campo				
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates		1			1
Tutorías		2			2
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos			5	15	20
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		1			1
TOTAL		30	5	40	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el estudiante

Bibliografía básica:

- Jennigs, G. (2010) *Tourism Research*. Willey London
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., García Espejo, M. I., & Limón Cano, S. (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid etc.: McGraw-Hill.
- Sancho, A (coord.) (2001) *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. OMT, Madrid.
- Coles, T., Duval, D. T., & Shaw, G. (2013). *Student's guide to writing dissertations and theses in tourism studies and related disciplines* (1 publish ed.). New York; London: Routledge.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Bibliografía complementaria

- Agudo Arroyo, Y., y Gutiérrez Brito, J. (2006). *La investigación social del turismo :Perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Thomson.
- Alegre Martín, J. Cladera Munar M, Juaneda Sampol C. N. (2003). (Eds.), *Análisis cuantitativo de la actividad turística*. Madrid : (sp): Pirámide,.
- Ateljevic, I, Pritchard, A and Morgan, N (2007) *The Critical turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies* New York: Elsevier
- Callejo Gallego, J., Gutiérrez Brito, J., & Viedma Rojas, A. (2004). *Transformaciones de la demanda turística española : Apuntes prácticos*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Callejo Gallego, J., Gutiérrez Brito, J., & Viedma Rojas, A. (2003). *Análisis empírico de la demanda turística*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Corbetta, P., Fraile Maldonado, C., & Fraile Maldonado, M. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social* (Ed rev ed.). Madrid etc.: McGraw Hill.
- De Rus Mendoza, G. (2008). *Análisis coste-beneficio: Evaluación económica de políticas y proyectos de inversión*. (3a ed.). Barcelona: Ariel.
- Faulkner, B. (2003) *Progressing tourism research*. Channel View Publications Clevedon.
- Ferrari, G. (2009). *Principales tendencias de investigación en turismo* (1a ed.). Oviedo: Septem.
- Gutiérrez Brito, J. (Coord.) (2006). *La investigación social del turismo :Perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Thomson.
- Phillimore, J., & Goodson, L. (2004). *Qualitative research in tourism :Ontologies, epistemologies and methodologies* (1st ed.). London: Routledge.

- Poynter, J. M. (1993). *How to research and write a thesis in hospitality and tourism :A step by step guide for college students*. New York etc.: John Wiley.
- Ritchie, B. W., Burns, P., & Palmer, C. (2005). *Tourism research methods :Integrating theory with practice*. Oxfordshire; Cambridge Massachusetts: CABI Publishing.
- Ritchie, B. (1995) *Tourism Research Handbook* , John Wiley and Sons, London
- Santos Peñas, J., Muñoz Alamillos, Á., & Muñoz Martínez, A. (2007). *Estadística para estudios de turismo*. Madrid: Ediciones Académicas.
- Tribe, J. (2008; 2007). *Developments in tourism research* (1 , repr ed.). Amsterdam etc.: Elsevier
- Veal, A.J. (1997) *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. Financial Times, Pitman Publishing, London.

Publicaciones periódicas disponibles en la biblioteca

- Annals of Tourism Research
- Cuadernos de Turismo
- Estudios Turísticos
- Tourism Economics
- Tourism Management

Direcciones web de uso muy frecuente:

Se utilizarán abundantes recursos electrónicos pero se pueden destacar las siguientes fuentes:

- <http://www.ine.es>
- <http://www.iet.tourspain.org>
- <http://www.exceltur.org>
- <http://www.wttc.org>

Otras referencias:

En cada uno de los temas de la asignatura o de las tareas previstas en la misma se facilitará al estudiante bibliografía complementaria para que pueda ampliar conocimientos teóricos y prácticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Al ser un sistema de evaluación continua del estudiante, se valorarán tanto la realización de pruebas escritas, como la realización de trabajos prácticos, así como la participación y asistencia a las clases teóricas y prácticas programadas. Dentro de los instrumentos de evaluación se recoge el peso de cada una de las distintas pruebas a desarrollar con carácter obligatorio.

Criterios de evaluación

Los criterios específicos para cada prueba se detallarán en las mismas al comienzo del curso.

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Por ello el estudiante debe demostrar en la evaluación:

- Que conoce y comprende los conceptos los principios básicos del turismo.
- Que sabe aplicar esos conocimientos a las situaciones reales del sector turístico.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.
- Que realiza los ejercicios propuestos de manera coherente y con una correcta presentación
- Que colabora proactivamente en las actividades de la asignatura.

Instrumentos de evaluación

Para la materia de esta asignatura se ha definido el siguiente sistema de evaluación:

Concepto de evaluación	Peso	Estudiantes presenciales	Estudiantes no presenciales	Convocatoria extraordinaria
Comprobación final de conocimientos	40 %	Prueba final escrita u oral de tipo teórico y práctico	Prueba final escrita u oral de tipo teórico y práctico	Prueba final escrita u oral de tipo teórico y práctico
Asistencia y participación e interacción con el grupo.	10 %	Asistencia al menos al 80% de las sesiones + Actividades en aula y on-line.	Trabajos prácticos individuales no presenciales.	Una práctica específica no presencial.
Evaluación continua del trabajo	50%	Trabajos prácticos individuales o en grupo que pueden exigir presencialidad	Trabajos prácticos individuales que no exijan presencialidad.	Igual que para la convocatoria ordinaria

Normas adicionales para la evaluación:

1. Al puesto donde se desarrollen las pruebas solo se podrá acceder con los útiles básicos de escritura para las mismas. Salvo indicación del profesor, en las pruebas escritas queda totalmente prohibido el uso de teléfonos móviles y otros aparatos electrónicos que deberán permanecer apagados durante la celebración de las mismas.
2. El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate y por lo tanto, de acuerdo con el punto 4, el suspenso en la asignatura.
3. A las pruebas escritas se deberá acudir provisto del carnet universitario o de otro documento oficial que acredite la identidad del estudiante. Se podrá impedir el acceso a los pruebas a los estudiantes que no se identifiquen.
4. Resulta necesario obtener un 40% de la nota correspondiente a cada parte para superar la asignatura.
5. Excepto los admitidos en el sistema de evaluación no presencial los estudiantes deberán acudir al menos al 80% de las sesiones programadas de la asignatura para obtener el máximo de la nota en el apartado de asistencia y participación.
6. Salvo indicación en contrario por parte del profesor todos los trabajos prácticos se entregarán en formato digital haciendo uso de la plataforma Studium dentro de los plazos previstos. Los trabajos entregados por otro sistema o fuera de plazo no serán admitidos.
7. Las calificaciones finales en la asignatura seguirán la escala establecida por la normativa de la Universidad de Salamanca. Solo calificará como "No presentado" o "Sin calificar" o a los estudiantes que no se presenten a ninguna de las pruebas correspondientes a alguno de los apartados.
8. Cuando un estudiante no llegue al 40% de la nota en alguno de los apartados la calificación máxima global que podrá obtener será (4,0 suspenso)

Recomendaciones para la evaluación.

El sistema de evaluación anteriormente descrito sigue los principios del EEES, es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del estudiante es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.

Por tanto, para adquirir las competencias establecidas es imprescindible los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los estudiantes o grupos de estudiantes.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda a los estudiantes que en el caso de que no superen alguna(s) prueba(s) práctica, procuren recuperar la(s) misma(s) a lo largo del periodo lectivo si existe esa posibilidad.

Por tanto, resulta absolutamente necesario con el fin de que se puedan adquirir las competencias establecidas que la realización de los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los alumnos o grupos de alumnos, así como también el ajuste correcto dentro de la planificación establecida para el curso

Recomendaciones para la recuperación.

El estudiante que no haya obtenido el nivel mínimo podrá optar a una segunda prueba de recuperación, por lo que se recomienda que acuda a las tutorías establecidas por el profesor, para que de forma personalizada y analizando las circunstancias por las cuales no se ha superado la materia, pueda poner los mecanismos necesarios para obtener y adquirir las competencias exigidas.

PLANIFICACIÓN Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO TURÍSTICO**1.- Datos de la Asignatura**

Código	105512	Plan	2014	ECTS	6
Carácter	Obligatorio	Curso	3º	Periodicidad	1º Cuatrimestre
Área	Geografía Humana				
Departamento	Geografía				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium - Campus Virtual de la USAL			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	David Ramos Pérez	Grupo / s	
Departamento	Geografía		
Área	Geografía Humana		
Centro	Facultad de Geografía e Historia		
Despacho			
Horario de tutorías			
URL Web	http://diarium.usal.es/a13004/		
E-mail	a13004@usal.es	Teléfono	923 29 44 00 Ext 1423

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia	Módulo 3. Recursos, productos y destinos turísticos.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.	Básico
Perfil profesional.	Técnico de instituciones públicas dedicadas a la planificación del turismo. Consultoría en ordenación y planificación territorial del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado

Geografía del turismo
Estructura de mercados turísticos

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Diseño de proyectos y productos turísticos.
Gestión pública del turismo.
Técnicas de investigación aplicadas al turismo.

Asignaturas que son continuación

Marketing de destinos.

4.- Objetivos de la asignatura

GENERALES

La asignatura introduce al estudio de los principales mecanismos de ordenación y planificación de los espacios turísticos a diferentes escalas. Se pretende que el alumno comprenda las motivaciones y objetivos de la ordenación territorial y la planificación turística, su capacidad para orientar los desarrollos turísticos y sus limitaciones, derivadas del complejo juego de relaciones existente entre los diferentes actores involucrados. Finalmente, se persigue que el alumno alcance los conocimientos metodológicos básicos que le permitan iniciarse en la redacción de documentos de ordenación y planificación de espacios turísticos.

ESPECÍFICOS

- Tomar conciencia de la complejidad de las actividades integradas en el fenómeno turístico.
- Reconocer las diferentes formas de implantación territorial de las principales modalidades turísticas.
- Constatar la existencia de claros vínculos entre el desarrollo del turismo y el deterioro del medio ambiente a diferentes escalas, y la relevancia de la ordenación y planificación turística para atenuar dichos daños.
- Constatar el papel de la ideología en la existencia de diferentes enfoques y orientaciones a la hora de abordar planificación turística.
- Entender las distintas etapas del proceso de planificación turística, desde el análisis y el diagnóstico previo y la identificación de problemas y potencialidades, hasta la definición de estrategias, programas y actuaciones.
- Redactar y presentar por escrito documentos de planificación que cumplan con los requisitos científicos convencionales.
- Iniciarse en la exposición oral de los resultados principales de estos documentos con el apoyo de herramientas informáticas.
- Fomentar la capacidad de trabajar en grupo para la elaboración de un plan turístico.

5.- Contenidos

BLOQUE TEÓRICO

TEMA 1 – La ordenación y planificación del territorio: conceptos básicos.

TEMA 2 – La planificación del turismo: principios orientadores.

TEMA 3 – Metodología para la planificación física y estratégica del territorio (turístico).

TEMA 4 – La planificación estratégica del turismo en la práctica: análisis de casos.

BLOQUE PRÁCTICO

Elaboración y exposición de un informe que contenga las *orientaciones básicas* que deben guiar el *Plan Estratégico de Turismo* de un país que será asignado a principio de curso.

6.- Competencias a adquirir**Básicas/Generales.****Específicas.**

E18 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.

E19 Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad

E28 Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y su aplicación al turismo

Transversales.

G1 Capacidad de análisis y síntesis

G2 Comunicación oral y escrita en español

G5 Trabajo en equipo

G6 Razonamiento crítico

G7 Compromiso ético

G8 Aprendizaje autónomo

G13 Trabajar en medios socioculturales diferentes

7.- Metodologías docentes

El contenido teórico de la asignatura estará recogido en una serie de textos que se suministrarán con anterioridad a cada sesión. Estos textos pueden ser lecturas seleccionadas de manuales y artículos o notas preparadas por el profesor. De esta manera, los alumnos dispondrán del tiempo necesario para familiarizarse con la temática abordada en cada clase, posibilitando que en las mismas se dedique una parte del tiempo a la discusión y el intercambio de ideas. En cada sesión se procederá a una explicación por parte del profesor de aquellos aspectos más relevantes y/o complejos de la materia, complementada con la utilización de

diferentes tipos de recursos.

En las clases prácticas se procederá a una revisión detallada de documentos de planificación turística que, a diferentes escalas, sean representativos de la diversidad de enfoques, estrategias e instrumentos que en la actualidad presenta la misma.

Asimismo, se desarrollaran sesiones específicas presenciales para informar sobre las pautas de elaboración y exposición pública de un informe que contenga las *orientaciones básicas* que deben guiar el *Plan Estratégico de Turismo* de un país que será asignado a principio de curso. Este trabajo se realizará en grupo, siendo obligatoria la asistencia a tres sesiones de seguimiento del mismo cuyo calendario se fijará a principios de curso. El documento elaborado será presentado al resto de los compañeros durante las sesiones presenciales.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Actividades introductorias	1			1
Sesiones magistrales	25		25	55
Eventos científicos				
Prácticas	- En aula	20	50	75
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Practicum				
Prácticas externas				
Seminarios				
Exposiciones	8			8
Debates				
Tutorías				
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos				
Trabajos				
Resolución de problemas				
Estudio de casos				
Foros de discusión				
Pruebas objetivas tipo test				
Pruebas objetivas de preguntas cortas				
Pruebas de desarrollo	6		15	21
Pruebas prácticas				
Pruebas orales				
TOTAL	60		90	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

Barrado, D., & Ávila, R. (2010). El tratamiento del espacio y de la actividad turística desde la perspectiva territorial. In L. Galiana & J. Vinuesa (Eds.), *Teoría y práctica para una ordenación racional del territorio* (pp. 151-179). Madrid: Síntesis.

Clavé, S. A., & Reverté, F. G. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.

Cooper, C., & Hall, C. M. (2008). *Contemporary tourism: an international approach*. Londres: Elsevier-Butterworth Heinemann.

Hall, C. M. (2007). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice Hall.

Hall, C. M. (2009). *El turismo como ciencia social de la movilidad*. Madrid: Síntesis.

Ivars Baidal, J. A. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Madrid: Síntesis.

Pujadas, R., & Font, J. (1998). *Ordenación y Planificación Territorial*. Madrid: Síntesis.

Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M. J., & Anton Clavé, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Violer, P. (2008). *Tourisme et développement local*. París: Belin.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Callizo Soneiro, J. (1991). *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid: Síntesis.

Clavé, S. A., & Reverté, F. G. (2008). *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: Editorial UOC.

Lew, A., Hall, C. M., & Williams, A. (2004). *A companion to tourism*. Malden: Blackwell.

Shaw, G., & Williams, A. (2002). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Stock, M., Dehoorne, O. et al. (2004). *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. París: Belin.

Zárate, A., & Rubio Benito, M. T. (2005). Espacios de ocio y turismo. In A. Zárate & M. T. Rubio Benito (Eds.), *Geografía humana: sociedad, economía y territorio* (pp. 429-471). Madrid: Ramón Areces.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema de evaluación propuesto es común para el conjunto de asignaturas del módulo, que considera la existencia de dos tipos de alumnos, presenciales y no presenciales. Aquellos alumnos que deseen acogerse a la fórmula no presencial deberán presentar una solicitud motivada a principio de curso, que deberá ser aprobada por el órgano correspondiente.

Criterios de evaluación

En la prueba final el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad e análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y el aprendizaje autónomo.

Instrumentos de evaluación

La nota final de la asignatura será el resultado de la evaluación de las diferentes capacidades del alumno y el grado de conocimientos adquirido. Para ello se propone un método que evaluación que no se circunscribe a un examen teórico, sino que toma en consideración otros aspectos de forma ponderada.

METODOLOGIAS DE EVALUACION				
Concepto de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
	Prueba	Peso	Prueba	Peso
Prueba final	Elaboración y exposición pública de un informe con las orientaciones básicas que deben guiar el Plan Estratégico	40%	Examen escrito	60%

	de Turismo de un país.			
Asistencia y participación	Asistencia y participación activa en clase.	10%		
Evaluación continua	Asistencia a las sesiones de seguimiento del trabajo y cumplimiento de las tareas previstas.	30%	Elaboración y exposición pública de un informe con las orientaciones básicas que deben guiar el Plan Estratégico de Turismo de un país.	40%
	Control de conocimientos teóricos.	20%		
Recomendaciones para la evaluación.				
Recomendaciones para la recuperación.				

11.- Organización docente semanal

SEMANA	Nº de horas Sesiones teóricas	Nº de horas Sesiones prácticas	Nº de horas Exposiciones y Seminarios	Nº de horas Tutorías Especializadas	Nº de horas Control de lecturas obligatorias	Evaluaciones presenciales/ No presenciales	Otras Actividades
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							

SISTEMAS DE CALIDAD EN TURISMO

1.- Datos de la Asignatura

Código	105521	Plan	Cód. 275 Grado en Turismo	ECTS	3
Carácter	Básico	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Milagros Fernández Herrero	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de mercados		
Centro	E.U. de Educación y Turismo de Ávila		
Despacho	79 (Administración y Economía de la Empresa)		
Horario de tutorías presenciales	Se fijarán al inicio del curso académico		
E-mail	mfh@usal.es	Teléfono	920.353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Módulo 1. Fundamentos y dimensiones del turismo.

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

Asignatura de carácter básico de 3 créditos ECTS programada en el semestre 7, curso 4º.

Perfil profesional.

Mención Gestión y planificación del turismo.

Mención Gestión del ocio y la cultura.

3.- Recomendaciones previas

Es conveniente que el alumno haya superado el resto de las materias del módulo 1 de la titulación.

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos esenciales pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

- Conocer y ser capaz de aplicar a las empresas y organizaciones turísticas los principios básicos de dirección y gestión así como los distintos modelos de estructura organizativa que puedan adoptar.
- Resolver problemas a través de métodos científicos y familiarización con la identificación y manejo de las distintas variables necesarias para su análisis.
- Conocer las áreas operativas de distintas modalidades de empresas turísticas y tener capacidad para realizar un análisis de su proceso productivo.

5.- Contenidos

Bloques de contenido:

- Bloque I. Fundamentos de calidad en los servicios.
- Bloque II. Sistemas y modelos de gestión de calidad.
- Bloque III. Normalización y certificación en las actividades de turismo. El Sistema de Calidad Turística Española.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

Competencias básicas:
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.

7.- Metodologías docentes

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor): sesión magistral.
- Actividades prácticas guiadas: prácticas en el aula, prácticas en aula de informática.
- Atención personalizada: tutorías, actividades de seguimiento on-line.
- Actividades prácticas autónomas: preparación de trabajos, trabajos.
- Pruebas de evaluación: prueba objetiva tipo test.

Nota: La plataforma virtual Studium será el soporte para el desarrollo de la asignatura. A través de ella se facilitará todo el material necesario para desarrollar la misma; igualmente servirá de canal de información y tutorización para la materia.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	7.5		15	22.5
Prácticas	- En aula	7.5	10	17.5
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías				
Actividades de seguimiento online	14			14
Preparación de trabajos		5	15	20
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	1			1
TOTAL	30	5	40	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

ALONSO ALMEIDA, M. (2006). *Gestión de la calidad en los procesos turísticos*. Madrid. Síntesis.

MIGUEL DÁVILA, J.A. (2003). *Calidad del servicio en el sector turístico*. Madrid. Netbiblo

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

BOULLON, R. (2003). *Calidad turística en la pequeña y mediana empresa*. Buenos Aires. Ediciones Turísticas.

GÁLGANO, A. (1993). *Calidad Total*. Madrid. Díaz de Santos.

HEIZER, J. Y RENDER, B. (2004). *Dirección de la producción, decisiones estratégicas*. Madrid. Prentice Hall.

HEIZER, J. Y RENDER, B. (2004). *Dirección de la producción, decisiones tácticas*. Madrid. Prentice Hall.

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA, AENOR (1996-2008). *Normas de calidad subsectoriales*. Madrid. SET.

LLORENS MONTES, F.J. Y FUENTES FUENTES, M.M. (2000). *Calidad total: fundamentos e implantación*. Madrid. Pirámide.

MERLI, G. (1995). *La Calidad Total como estrategia de negocio*. Madrid. Díaz de Santos.

NOVENO CONGRESO TURISMO, UNIVERSIDAD Y EMPRESAS (2007) *Turismo: organización, calidad de servicio y competitividad*. Valencia. Tirant Lo Blanch.

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO (2000). *Plan de Calidad Turística Española 2000-2006*. Madrid. SET.

VALARIE, A., ZEITHAML, A, PARASURAMAN Y BERRY (1993). *Calidad Total en la Gestión de Servicios*. Madrid. Díaz de Santos.

VALDERREY, P. (2012). *Herramientas para la calidad total*. Madrid. Starbook.

OTROS RECURSOS:

Material de elaboración propia proporcionado a través del Campus Virtual Studium.

Referencias bibliográficas específicas de carácter profesional.

Páginas web institucionales, empresariales y profesionales.

Publicaciones periódicas profesionales.

Estadísticas e informes sectoriales.

Guías profesionales.

Indicadores turísticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En los trabajos y prácticas desarrollados por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita y el aprendizaje autónomo. La motivación por la calidad se valorará en todas las actividades.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua:

- Pruebas intermedias y/o elaboración de trabajos prácticos.
- Asistencia y/o participación.
- Prueba final.

Sistema de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia
Prueba final	50% (5 ptos)	2 puntos	50% (5 ptos)	2 ptos
Pruebas intermedias y/o elaboración trabajos prácticos	40% (4 ptos)	1.6 ptos	50% (5 ptos)	2 ptos
Asistencia y/o participación	10% (1 pto)	0.8 ptos	-	-
Total	100%	5	100%	5

La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula. En el caso de alumnos no presenciales, se planteará un trabajo o práctica adicional para la consecución del punto adicional que se otorga a la participación e interacción con el grupo.

Convocatoria extraordinaria: Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda la utilización de las tutorías presenciales y/o online para atender cada situación específica.