



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Grau de Turisme

Codi-Assignatura	062115 - Gestió d'empreses d'intermediació i serveis turístics				
Curs	2 ^è	Crèdits	6 cr ECTS		
Bloc Temàtic	Empreses i Serveis Turístics		Tipus assignatura	Obligatòria	
Hores presencials	48 hores	Hores de treball dirigit	48 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Aquesta assignatura pretén dotar a l'estudiant d'una visió global i ampla de les diferents tipologies d'empreses d'intermediació i serveis que conformen el sector turístic, l'organització, els diferents models de gestió i el paper que juguen a l'actualitat dins el sector turístic.

L'evolució de dels canals de comercialització i l'aparició de noves plataformes fa que sigui un sector en constant transformació; i per tant, es pretén dotar a l'estudiant de totes aquelles eines que li permetin comprendre i analitzar l'evolució, implicacions i la presa de decisions per adaptar-se a la demanda en cada moment, convertint-se en part activa d'aquesta transformació per liderar-la.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB03- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG02- Tenir visió de negoci.

CG05- Treballar en equip.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE06- Analitzar i avaluar el potencial turístic per al disseny de productes, serveis i projectes.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Grau de Turisme

CE09- Conèixer i utilitzar les tecnologies de la informació i els sistemes de gestió de la informació en turisme.

CE10- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE17- Entendre i implementar estàndards de qualitat en els processos del servei turístic.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. La intermediació en el sector turístic.
2. Els intermediaris de Turisme Vacacional
3. Els intermediaris de Turisme de Negocis
4. Els Intermediaris de Turisme de reunions

METODOLOGIA D'APRENTATGE

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contemplen una diversitat d'estratègies per tal de contribuir a desenvolupar les competències corresponents. Algunes de les activitats d'aprenentatge que es realitzaran són les següents:

- Classes expositives
- Estudis de casos
- Debats
- Exercicis pràctics
- Aprenentatge basat en problemes

SISTEMA D'AVUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

Albert Piñole, Isabel (2010). Intermediació turística. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.

De groot, E.,Van der Vijver, M (2013). Into the heart of meetings: basic principles of Meeting design. Leeuwarden: Mindmeeting BV.

Douglas Frechtling (2011) Forecasting Tourism Demand. Routledge. New York.

González Cobreros, M^a A. (2006). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. Editorial Síntesis. Madrid.

Mittal, S (2017). EVENT MANAGEMENT: Ultimate Guide to succesful meetings, corporate events, Conferences, management & Marketing for successful event series. Saurav mittal.

OMT (2016). Informe Global sobre la industria de reuniones. Madrid, España. AM Reports.

Prats, J.L (2012). Comercialización de eventos. Madrid: Editorial Sintesis.

Torrens,R. (2019). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. Barcelona: Editorial Deusto.

Triviño, Y. (2006). Gestión de eventos feriales: Diseño y organización. Editorial Síntesis. Madrid.

Vaneste, M. (2008). Meeting architecture: A manifesto. Turnhout: meeting suport institute.