



Código-Asignatura	062115 – Gestión de empresas de intermediación y servicios turísticos				
Curso	2º		Créditos	6 ECTS	
Bloque temático	Empresas y Servicios Turísticos		Tipo asignatura	Formación Básica	
Horas presenciales	48 horas	Horas de trabajo dirigido	48 horas	Horas de trabajo autónomo	54 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pretende dotar al estudiante de una visión global y amplia de las diferentes tipologías de empresas de intermediación y servicios que conforman el sector turístico, la organización, los diferentes modelos de gestión y el papel que juegan en la actualidad dentro del sector turístico.

La evolución de los canales de comercialización y la aparición de nuevas plataformas hace que sea un sector en constante transformación; y, por tanto, se pretende dotar al estudiante de todas aquellas herramientas que le permitan comprender y analizar la evolución, implicaciones y la toma de decisiones para adaptarse a la demanda en cada momento, convirtiéndose en parte activa de esta transformación para liderarla.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB03- 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG02- Poseer visión de negocio.

CG06 - Orientarse al cliente.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE06- Analizar y evaluar el potencial turístico para el diseño de productos, servicios y proyectos.

CE09- Conocer y manejar las tecnologías de la información y los sistemas de gestión de la información en turismo.

CE10- Comercializar productos, servicios y proyectos turísticos.

CE17- Entender e implementar estándares de calidad en los procesos del servicio turístico.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer y utilizar las herramientas de la Tecnologías de la Información y Comunicación y su aplicación a esta materia.
2. Elaborar proyectos de diseño de productos y servicios turísticos.
3. Comprender la importancia de la orientación al cliente en todas las decisiones a tomar en esta materia.
4. Ampliar el conocimiento general sobre el sector de la intermediación y de servicios turísticos.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. La intermediación en el sector turístico.

- 1.1. Evolución: Etapas, valor añadido y modelo retributivo.
- 1.2. Actores principales.
- 1.3. Asociaciones y grupos de gestión.
- 1.4. Gestión de la información.

2. Los intermediarios de Turismo Vacacional.

- 2.1. Tipología y clasificación
- 2.2. Nuevas fórmulas o tendencias.
- 2.3. Datos globales sobre viajes vacacionales y previsiones.
- 2.4. Gestión empresarial de las agencias de viajes vacacionales.
- 2.5. Gestión de la producción: El proceso de creación de productos y servicios. La importancia de la sostenibilidad.
- 2.6. Estructura interna y Gestión de equipos y RSC.
- 2.7. Gestión comercial y técnicas de negociación.
- 2.8. Caso de estudio.

3. Los intermediarios de Turismo de Negocios.

- 3.1. Tipología.
- 3.2. Canales: Call center, Inplant, outplant, herramientas de autoreserva.
- 3.3. Nuevas fórmulas o estrategias: e-TMC's.
- 3.4. Datos globales sobre viajes corporativos y previsiones. Novedades y tendencias.
- 3.5. Gestión estratégica de los principales servicios de viajes corporativos.
- 3.6. Estructura interna y Gestión de equipos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

3.7. Gestión comercial. Account Management.

3.8. Caso práctico: medición del retorno de inversión en viajes corporativos.

4. Los Intermediarios de Turismo de reuniones.

4.1. Tipología.

4.2. Nuevas fórmulas o estrategias.

4.3. Datos globales sobre el sector MICE. Novedades y tendencias: Big Five.

4.4. Gestión empresarial de las agencias organizadoras de eventos:

4.4.1. Introducción a la gestión de eventos

4.4.2. La importancia del briefing.

4.4.3. fases

4.4.4. Eventos y transformación digital:

4.4.4.1. Programas de gestión.

4.4.4.2. Innovación tecnológica en el sector de los eventos: Gestión de eventos presenciales, híbridos y online.

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una diversidad de estrategias para contribuir a desarrollar las competencias correspondientes. Algunas de las actividades de aprendizaje que se realizarán son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudios de casos
- Debates
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

Actividades	Tipo	Continua	Única	Semana de entrega
Ejercicio de síntesis	Individual	30%	40%	Al finalizar el tema 1/4
Resolución de un caso de estudio	Grupal	30%	0	Al Finalizar el tema 2/3
PRUEBA FINAL	INDIVIDUAL	40%	60%	10-24/01/2022

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota mínima de "5" en la prueba/as individual final.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

A) Haber alcanzado una calificación igual o superior a 5 de media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta la/s prueba/s final/es (sea evaluación continua o única) y haberse presentado a la prueba final.

B) Haber alcanzado una calificación mínima de "4" de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación a la que se podrá optar es un "5" de nota final de la asignatura.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

- Albert Piñole, Isabel (2010). Intermediació turística. Barcelona: UOC Universitat Oberta de Catalunya.
- Triviño, Y. (2006). Gestión de eventos feriales: Diseño y organización. Editorial Síntesis. Madrid.
- Vaneste, M. (2008). Meeting architecture: A manifesto. Turnhout: meeting support institute.
- Torrens, R. (2019). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. Barcelona: Editorial Deusto.
- Prats, J.L (2012). Comercialización de eventos. Madrid: Editorial Síntesis.
- OMT (2016). Informe Global sobre la industria de reuniones. Madrid, España. AM Reports.
- Mittal, S (2017). EVENT MANAGEMENT: Ultimate Guide to successful meetings, corporate events, Conferences, management & Marketing for successful events: become an event planning pro & create a successful event series. Saurav mittal.
- De groot, E., Van der Vijver, M (2013). Into the heart of meetings: basic principles of Meeting design. Leeuwarden: Mindmeeting BV.
- González Cobreros, M^a A. (2006). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. Editorial Síntesis. Madrid.
- Douglas Frechtling (2011) Forecasting Tourism Demand. Routledge. New York.