

Código-Asignatura	590023 – Diseño de servicios turísticos		
Materia	Marketing y Comercialización		
Tipo Asignatura	Optativa de especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la calidad	Créditos	3 cr. ECTS
Horas Presenciales	21 horas	Horas Trabajo Autónomo	54 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La industria turística se está enfrentando actualmente a un nuevo entorno, transformaciones y cambios constantes. Estos aspectos han venido a modificar las tendencias del sector antes las demandas de un mercado que requiere concepciones más personalizadas y flexibles del producto o servicio turístico. Ante esta situación, las empresas necesitan orientar y centrar su modelo de gestión de negocio en las necesidades de sus clientes para poder afrontar los cambios y los retos estratégicos que tienen planteados. En este contexto, precisan más que nunca disponer de información de calidad sobre la actividad que desarrollan, el mercado en que actúan y los agentes con los que se interrelacionan.

Dados los aspectos descritos, el objetivo fundamental de esta asignatura “diseño de servicios turísticos” es el conseguir la competencia necesaria para planificar servicios o productos turísticos bajo criterios de sostenibilidad y de calidad para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. Es por este motivo que la asignatura está dividida en dos partes: la primera parte presenta una revisión de conceptos básicos sobre servicio/producto turístico para luego ahondar en el proceso metodológico que incluye el análisis del destino turístico, la conceptualización y el diseño del producto turístico. La asignatura ofrece además una serie de instrumentos de apoyo que facilitan el desarrollo del proceso metodológico.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6- 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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Servicios turísticos: Tipología y particularidades.
2. Generación y diseño de experiencia sostenible.

METODOLOGIA

La asignatura se basará en sesiones de trabajo presenciales, de carácter teórico-práctico, en los que se tratan los diversos contenidos previamente definidos. Se realizan estudios de casos que contribuyen a contextualizar los conceptos tratados en cada tema. La participación activa de los alumnos será fundamental para el seguimiento de la asignatura.

La asignatura está impartida por un equipo de profesores y profesionales expertos en la creación y gestión del proceso de desarrollo de servicios y productos turísticos sostenibles y de calidad. La metodología utilizada tiene la función principal de dinamizar el proceso formativo, garantizando un seguimiento y aprovechamiento óptimo del curso para futuras aplicaciones.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Sistemas de Evaluación	Continuada	Única
Resolución de ejercicios prácticos	20 %	20 %

Trabajo realizado por el estudiante (Entrega I)	40 %	40 %
Trabajos realizados por el estudiante (Entrega II) y presentación oral	40 %	40 %

Reevaluación de la asignatura

En el caso que el estudiante no logre los objetivos de aprendizaje de la asignatura, tiene la opción de seguir un proceso de reevaluación que ofrece la posibilidad de demostrar nuevamente su capacitación para adquirir las competencias asociadas a esta asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

Gallego, J., F., Marketing para hoteles y restaurantes (2008). Paraninfo, Madrid.

Galloway, D., (2002). Mejora Continua De Procesos: Como Rediseñar Los Procesos Con Diagramas De Flujos Y Analisis De Tareas (2ª Ed.). Ediciones Gestión 2000.

Grönroos, C. (1990). Marketing y gestión de servicios. Díaz Santos.

Indecopi. (2001). NTP-ISO 9000:2001 Sistemas de Gestión de la Calidad. Principios y Vocabulario.

Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2011). Marketing para turismo. 5ª Ed., Madrid: Pearson Prentice Hall.

Valarie A Zeithaml (2014). calidad total en la gestión de servicios, Diaz De Santos.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Leonard L. B. (1993). Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Diaz De Santos.