



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Planificación e xestión de destinos e produtos turísticos gastronómicos e enolóxicos	Código	615524016	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	3
Idioma				
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Rivas Iglesias, Carlos Alberto	Correo electrónico	c.rivas@udc.es	
Profesorado	Caamaño Franco, Iria	Correo electrónico	iria.caamano@udc.es	
	Rivas Iglesias, Carlos Alberto		c.rivas@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Esta materia tiene por objeto la explotación y dirección de las distintas empresas de alojamiento, restauración, ocio e intermediación aplicando las teorías propias de la gestión empresarial. Introducción a los procedimientos operativos asociados a dicha gestión.			
Plan de continxencia	<p>PLAN DE CONTINXENCIA PARA A MODALIDADE PRESENCIAL</p> <p>No suposto caso de que haxa que dar continuidade á actividade académica a través da non presencialidad física (caso de rebrote do COVID-19, ...), todo o alumnado matriculado na devandita modalidade, pasará a seguir a materia en réxime non presencial (presencialidad virtual). Para iso, habilitaranse os contidos e sesións previstas a través das plataformas do Campus Virtual da Universidade, de acordo en todo caso coas condicións que as posibles Resolucións Reitorais establezan en cada caso. Igualmente o sistema de avaliación neste caso será non presencial, polo que as presentacións, entregas de traballos e exames previstos serán non presenciais en calquera caso.</p>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe			Competencias / Resultados do título
Conocer la estructura usual de las empresas del sector de alojamientos, de restauración, del ocio y de la intermediación, sus distintos tipos, organización interna y procedimientos operativos, así como la planificación, coordinación y control de los mismos teniendo en cuenta la aportación que tienen las TICs y las herramientas informáticas.			
Conocer la terminología técnica empleada, y generar e interpretar la documentación básica asociada a la prestación de los servicios demandados por los clientes en el campo del alojamiento y restauración.			
Conocer los diferentes productos que actualmente están en el mercado, y saber seleccionar los proveedores más adecuados con el objetivo prioritario de garantizar un buen producto final, mejorar la calidad y la información al cliente.			

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1.- LA EMPRESA TURÍSTICA: INTRODUCCIÓN	1.1 El alojamiento y la restauración como servicios turísticos.
TEMA 2.- LA HOTELERÍA ESPAÑOLA	2.1.-Evolución histórica del Turismo y la Hostelería en España
	2.2.-Estructura hotelera en España y Galicia
	2.3.- La Hostelería Española y Gallega ante el siglo XXI
	2.4.- Sistemas de Explotación



TEMA 3.- DIVERSOS TIPOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO. IDEA GENERAL GALICIA.	<ul style="list-style-type: none">3.1.- Hoteles y Hoteles Residencia3.2.- Pensiones3.3.- Establecimientos hoteleros especiales3.4.- Establecimientos Extra-Hoteleros: Apartamentos Turísticos, Campings, Ciudad de Vacaciones, otros Alojamientos.3.5.- Turismo Rural: generalidades. Galicia
TEMA 4.- GENERALIDADES DE LA INDUSTRIA HOTELERA ESPAÑOLA Y GALLEGA	<ul style="list-style-type: none">4.1.- Generalidades de la Industria Hotelera4.2.- Su reglamentación. Galicia4.3.- Precios y Tarifas: Legislación aplicable
TEMA 5.- DEPARTAMENTOS OPERACIONALES EN UN ESTABLECIMIENTO HOTELERO	<ul style="list-style-type: none">5.1.- Área de Alojamiento:<ul style="list-style-type: none">5.1.1.- Recepción5.1.2.- Conserjería5.1.3.- Pisos5.1.4.- Lavandería - Lencería5.2.- Área de Comidas y Bebidas. &quot;Food and Beverages&quot;:<ul style="list-style-type: none">5.2.1.- Economato-Bodega5.2.2.- Restaurante5.2.3.- Banquetes5.2.4.- Cocina5.2.5.- Bar. Cafetería. Sala de fiestas5.3.- Área de Marketing:<ul style="list-style-type: none">5.3.1.- Captación de clientela5.3.2.- Canales de Comercialización<ul style="list-style-type: none">5.3.2.1.- Canal directo5.3.2.2.- Canal Indirecto corto5.3.2.3.- Canal Indirecto largo5.3.2.4.- Distribución turística con las nuevas tecnologías5.3.3.- Medios de comercialización: Workshops, Ferias de Turismo, Fam Trips<ul style="list-style-type: none">5.3.3.1.- Promoción y publicidad5.3.3.2.- Relaciones públicas5.3.3.3.- Animación5.4.- Área Comercial:<ul style="list-style-type: none">5.4.1.- Compras5.4.2.- Ventas5.5.- Área de Administración:<ul style="list-style-type: none">5.5.1.- Contabilidad5.5.2.- Intervención5.5.3.- Caja5.6.- Área de Mantenimiento. ?Servicios Técnicos?:<ul style="list-style-type: none">5.6.1.- Diferentes servicios de mantenimiento5.6.2.- Servicios técnicos5.7.- Área de Personal
TEMA 6.- LAS CADENAS HOTELERAS	<ul style="list-style-type: none">6.1.- Ventajas, inconvenientes y particularidades6.2.- Fórmulas operacionales: contrato de franquicia, arrendamiento, contrato de gestión (management), joint venture, otras.6.3.- Estructura de los hoteles de cadena en España y Galicia6.4.- Expansión mundial de las cadenas hoteleras españolas6.5.- CRS's independientes y Cadenas voluntarias



TEMA 7.- RESTAURACIÓN EXTRAHOTELERA	<p>7.1.- Concepto y clasificación de food service</p> <p>7.2.- Estructura sectorial de la restauración en España</p> <p>7.3.- Conceptos de restauración, neorestauración, empresas de colectividades y Catering</p> <p>7.4.- Nuevos hábitos alimenticios</p> <p>7.5.- Nuevos hábitos de producción</p> <p>7.6.- Restaurantes, cafeterías y bares</p>
TEMA 8.- OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA. EMPRESAS DEL SECTOR DEL OCIO.	<p>8.1.- Oferta Deportiva</p> <p>8.1.1.- Estaciones de esquí</p> <p>8.1.2.- Instalaciones náuticas: Puertos Deportivos</p> <p>8.1.3.- Campos de Golf</p> <p>8.2.- Los Espacios de Ocio</p> <p>8.2.1.- Concepto y Tipos:</p> <p>8.2.1.1.- Parques de Ocio: parques de diversiones/atracciones y temáticos</p> <p>8.2.1.2.- Parques acuáticos</p> <p>8.2.1.3.- Centros comerciales</p> <p>8.2.1.4.- Centros de ocio</p> <p>8.2.1.5.- Centros comerciales de fabricantes (factory outlets)</p> <p>8.2.1.6.- Centros de entretenimiento familiar (Family entertainment centers)</p> <p>8.2.1.7.- Parques de naturaleza y jardines</p> <p>8.2.1.8.- Museos e instalaciones culturales</p> <p>8.2.1.9.- Ocio digital</p> <p>8.2.2.- Futuro de los espacios de ocio</p> <p>8.3.- Oferta Cultural</p> <p>8.4.- Empresas de Juego: Casinos, Bingos</p> <p>8.5.- Empresas especializadas en organización y celebración de Eventos, Ferias y Congresos</p>
TEMA 10.- LAS AGENCIAS DE VIAJES Y SU ENTORNO EXTERNO.	<p>10.1.- Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios</p> <p>10.2.- Ley del IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)</p> <p>10.3.- Decreto 42/2001, de 1 de febrero de refundición en materia de Agencias de Viajes, Guías de Turismo y Turismo Activo</p> <p>10.4.- R.D. Legislativo 1/2007 de 16 de noviembre que aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias</p> <p>10.5.- Las Asociaciones Empresariales de Agencias.</p> <p>10.5.1.- Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes</p> <p>10.5.2.- Asociaciones internacionales de agencias de viajes</p>
TEMA 9.- LAS AGENCIAS DE VIAJES. EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	<p>9.1.- Introducción</p> <p>9.2.- Agencias de Viaje: Antecedentes y Concepto</p> <p>9.3.- Perspectiva de las Agencias de Viajes</p> <p>9.4.- Principales grupos turísticos españoles</p> <p>9.5.- Grandes grupos turísticos internacionales</p> <p>9.6.- Funciones de las agencias de viajes</p> <p>9.6.1.- Fases en el proceso de producción de viajes</p> <p>9.7.- Clasificación de las Agencias de Viajes</p> <p>9.8.- Nuevos tipos de Agencias de Viajes</p>



TEMA 11.- LA INTERMEDIACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS.	<p>11.1.- El Seguro de Viajes o Turístico: Clasificación y coberturas principales; operativa de reservas y cálculo de tarifas; emisión de documentación</p> <p>11.2.- Cambio de Divisas y Cheques de Viajes</p> <p>11.3.- Guía y Animadores Turísticos</p> <p>11.4.- Otras actividades</p>
TEMA 12.- GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES	<p>12.1.- Introducción</p> <p>12.2.- Información Técnica</p> <p>12.3.- Información Turística</p> <p>12.4.- Información del Entorno</p> <p>12.5.- Los GDS's, el Sistema EDI y el Sistema SADAVE</p>
TEMA 13.- DOCUMENTOS E IMPRESOS BÁSICOS EN UNA AGENCIA DE VIAJES	<p>13.1.- Introducción</p> <p>13.2.- Documentos e Impresos Internos</p> <p>13.3.- Documentos e Impresos Externos. El Bono (Voucher)</p> <p>13.4.- Material diverso</p> <p>13.5.- Documentos de Proveedores de Servicios</p>

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Proba obxectiva		3	33	36
Sesión maxistral		46	69	115
Traballos tutelados		2	36	38
Solución de problemas		8	24	32
Atención personalizada		4	0	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Proba obxectiva	<p>A lo largo del curso se celebrarán 2 pruebas escritas de contenido teórico-práctico, en las fechas oficialmente establecidas (febrero y junio), para valorar la correcta comprensión y aplicación de los contenidos de la materia por parte del alumno. Consistirán en la resolución de ejercicios breves, respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y preguntas de desarrollo.</p> <p>Estas pruebas representarán, en conjunto, el 70% de la nota final.</p>
Sesión maxistral	Exposición oral por parte del profesor de los aspectos fundamentales de la materia. Las exposiciones se complementarán con el uso de medios audiovisuales y la introducción de algunas preguntas dirigidas a los estudiantes, con la finalidad de transmitir conocimientos y facilitar el aprendizaje.
Traballos tutelados	Los alumnos realizarán diferentes trabajos sobre temas específicos recomendados por el profesor. Este trabajo valorará la exposición, capacidad de recopilar, sintetizar, la aportación que cada alumno pueda hacer y el rigor y la actualización de las fuentes utilizadas. El trabajo tutelado se realizará, a ser posible, en grupos de no más de tres alumnos.
Solución de problemas	Conjunto de pruebas prácticas que sirven para ir preparando la evaluación de los conocimientos que tienen los alumnos de la materia, a lo largo del curso.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Se conciben como horas de trabajo presencial con el profesor por parte del alumno, para el seguimiento y orientación del mismo. Implican participación obligatoria para el alumno.
Sesión maxistral	

Avaliación



Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados		El trabajo representará el 20% de la nota final. Se tendrá en cuenta en su valoración la exposición, la capacidad de recopilación, la capacidad de síntesis, la aportación personal y el rigor y la actualización de las fuentes utilizadas. Se tratará de fomentar el trabajo en equipo, por lo que el trabajo de curso se realizará en grupos de no más de tres alumnos. El plazo y el modo de entrega serán de obligado cumplimiento.	20
Sesión maxistral		Es conveniente asistir a las clases para el correcto seguimiento del curso. Los alumnos deberán acreditar su asistencia a, al menos, el 75% de las mismas. La asistencia representa el 10% de la nota final	10
Proba obxectiva		A lo largo del curso se celebrarán 2 pruebas escritas de contenido teórico-práctico, en las fechas oficialmente establecidas (febrero y junio), para valorar la correcta comprensión y aplicación de los contenidos de la materia por parte del alumno. Consistirán en la resolución de ejercicios breves, respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y preguntas de desarrollo. Estas pruebas representarán, en conjunto, el 70% de la nota final. Los alumnos que superen la primera prueba (febrero), deben examinarse y superar en la segunda (junio), tan sólo la materia impartida en el segundo cuatrimestre. La nota, será una media ponderada de ambas pruebas y representará el 70% de la nota final. Los alumnos que no superen la primera prueba (febrero), deben examinarse y superar en la segunda (junio), toda la materia impartida a lo largo del curso. La nota, será la de ésta última prueba y representará el 70% de la nota final.	70

Observacións avaliación

Grupos ECTS

- 1 traballos tutelados 20%
- 2 Pruebas objetivas 70%
- 3 Asistencia a clase 10%

La planificación expuesta en esta guía docente supone la aplicación de un sistema de evaluación continua, por lo que la calificación final se obtendrá de la evaluación de las pruebas objetivas, de la asistencia a clase y de los traballos tutelados.

Grupos no ECTS (Resto de alumnos)

- 1. Prueba objetiva 100%

Los alumnos que no se acojan al sistema ECTS, podrán ser evaluados en junio, en una prueba objetiva única que abarcará toda la materia. Dicha prueba objetiva única consistirá en la resolución de ejercicios breves, respuesta a cuestiones cortas y/o de respuesta múltiple y preguntas de desarrollo.

Esta prueba representará el 100% de la nota final.

En las convocatorias extraordinarias se aplicará el sistema de evaluación por prueba objetiva única.

Fontes de información



Bibliografía básica	<p>AECIT. Varios Autores (2.000, edición 2.001) La Actividad Turística Española en 2.000. Edición 2.001. AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Madrid ALBERT PIÑOLE, Isabel (1999) Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid. ALBERT PIÑOLE, Isabel (1995) Gestión y Técnicas de Agencias de Viajes. Editorial Síntesis. Madrid. ARRILLAGA, José Ignacio (1982) Gestión de Producción, I. Puerta del Sol. Textos. Madrid. BAYÓN MARINÉ, F.; MARTÍN ROJO, I. (2004) Operaciones y Procesos de Producción en el sector turístico. Editorial Síntesis. Madrid BLANCO, Ana y FERNANDÉZ, Carmen (1996) Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes. Editorial Síntesis. Madrid. BLASCO PERIS, A. (2002) La Empresa y el Producto Turístico. Editorial Civitas. Madrid. BLASCO PERIS, A. (2006) Manual de Gestión de Producción de Alojamientos y Restauración. Editorial Síntesis. Madrid CASANUEVA ROCHA, C.; GARCÍA del JUNCO, J.; CARO GONZÁLEZ., F. J. (2000) Organización y Gestión de Empresas Turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. CHON, Kye-Sung (Kaye); SPARROWE, Raymond T. (2001) Atención al cliente en Hostelería. Thomson Editores Spain/Paraninfo,S.A. Madrid CUNHA, Licinio (2001) Introdução ao Turismo. Editorial Verbo Del ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. (2002) Los canales de distribución en el sector turístico. ESIC Editorial (Madrid) CERRA, Javier; DORADO, José A.; ESTEPA, Diego; GARCÍA, Pedro E. (1997) Gestión de Producción de Alojamientos y Restauración. Editorial Síntesis. Madrid. FELIPE GALLEGO, Jesús (1987) Principios Generales para la Dirección de Establecimientos Hoteleros. Gráficas Lormo. Madrid. FELIPE GALLEGO, Jesús (1996) La Dirección Estratégica en los Hoteles del siglo XXI. McGraw-Hill ? Interamericana de España. Madrid FELIPE GALLEGO, Jesús (2.002) Gestión de Hoteles. Una nueva visión. Paraninfo,S.A./Thomson Editores Spain. Madrid GATELL PAMIES, Jesús (1994) Hotel Hotel, Marketing. CDN, Ciencias de la Dirección,S.A. Madrid GONZÁLEZ COBREROS, M^a Ángeles (1998) Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes. Editorial Síntesis. Madrid. GONZÁLEZ, Lydia; TALÓN, Pilar (2002) Dirección hotelera. Operaciones y Procesos. Editorial Síntesis. Madrid. IGLESIAS TOVAR, J. Ramón (2007) Comercialización de Productos y Servicios Turísticos. Editorial Síntesis. Madrid. ISMAIL, Ahmed (2001) Operaciones y Procesos Hoteleros. Gestión del Alojamiento. Paraninfo S.A./Thomson Editores Spain. Madrid. LÓPEZ COLLADO, Asunción (1996) La Gobernanta. Editorial Paraninfo, S.A. Madrid. MARÍN, Carmelo (1974) Gestión Hotelera. Ediciones Turísticas, Editur, S.L. MARTÍN ROJO, I. (2004) Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Ediciones Pirámide. Madrid MESALLES, L. (1999) El Jefe de Recepción. Técnica de la Recepción en un hotel de calidad. Laertes,S.A. de Ediciones. Barcelona MESTRE SOLER, Juan R. (1995) Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Gestión 2000. Barcelona. MILIO BALANZÁ, Isabel (2000) Organización y Control del Alojamiento. Paraninfo S.A./Thomson Editores Spain. Madrid. RIVAS GARCÍA, Jesús Israel (2007) Estructura y economía del Mercado Turístico. Septem Ediciones, S.L. Oviedo VOGELER RUIZ, C.; HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2.001) El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid. WEISSINGER, Suzanne Stewart (2001) Introducción a las Actividades Hoteleras. Paraninfo S.A./Thomson Editores Spain. Madrid.</p>
Bibliografía complementaria	<p>Estudios e Informes de: FEH, ACHE, BDO Consulting, Horwath Consulting España, Ernst & Young, Mazars, etc. Revistas y Seminarios Turísticos: Tecnohotel, Gestión de Hoteles y Empresas Turísticas, Hostelmarket, SPIC, Editur, IH, Hostelería Gallega & Turismo, Hostelería y Restauración, Nexotur, Viajar, Rutas del Mundo, Gente y Viajes, Grandes Viajes, Altair, Geo, National Geographic,</p>

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Operatividade Depart. das Empr. Hoteleiras e Axenc./662111209

Técnicas de Dirección e Control da Xestión Hoteleira/662111509

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións



(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías