



Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Presentación do centro

A Facultade de Ciencias Empresariais de Ourense está localizada no Edificio Xurídico Empresarial do Campus Universitario en pleno centro da cidade.

A oferta educativa para o próximo curso 2011-2012 no Centro é:

Tres títulos de Grao:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **GRADO EN CONSULTORÍA E XESTIÓN DA INFORMACIÓN**

Tamén se está a impartir:

- **Curso Ponte para o Grao en ADE**
- **Curso Ponte para o Grao en Turismo**

Se es Diplomado/a en Ciencias Empresariais ou Turismo podes obter o teu Grao en Administración e Dirección de Empresas(ADE) ou o Grao en Turismo en un só curso académico.

En canto á oferta de **POSGRAOS** da Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo:

- **MASTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN NA EMPRESA.**
- **MASTER OFICIAL EN DIRECCIÓN E PLANIFICACIÓN DO TURISMO.**
- **MASTER OFICIAL EN XESTION EMPRESARIAL DO DEPORTE**

Por outra banda, durante os últimos anos, a Facultade de Empresariais e Turismo, potenciou, de forma considerable a participación dos estudantes en programas de mobilidade.

Para obter máis información visita a nosa páxina web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

¡Ven a visitarnos!

Grao en Turismo

Materias

Curso 4

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
004G240V01901	Arte e turismo cultural	1c	6
004G240V01902	Atención ao cliente	1c	6
004G240V01903	Calidade de procesos turísticos	1c	6

O04G240V01904	E-marketing no sector turístico	1c	6
O04G240V01905	Comercio internacional e turismo	1c	6
O04G240V01906	Dereito turístico laboral e internacional	1c	6
O04G240V01907	Creación e viabilidade de empresas turísticas	1c	6
O04G240V01908	Planificación e dirección de espazos turísticos	1c	6
O04G240V01909	Programación e guía de itinerarios	1c	6
O04G240V01910	Xestión de destinos de interior	1c	6
O04G240V01911	Deseño, elaboración de cuestionarios e análise de datos en investigación turística	2c	6
O04G240V01912	Planificación económico-financeira das empresas turísticas	2c	6
O04G240V01981	Prácticas en empresas	2c	12
O04G240V01991	Traballo de Fin de Grao	2c	12

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Arte e turismo cultural				
Materia	Arte e turismo cultural			
Código	004G240V01901			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Historia, arte e xeografía			
Coordinador/a	Barriocanal Lopez, Maria Yolanda			
Profesorado	Barriocanal Lopez, Maria Yolanda			
Correo-e	barriocanal@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Estudo dos principais bens culturais de carácter patrimonial de cara ao Turismo Cultural, abordando os problemas de convivencia entre as actividades turísticas e a preservación e respecto dos propios bens			

Competencias de titulación

Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A8	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto do marco legal que regula as actividades turísticas.
A10	Aplicar os coñecementos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro do ámbito do turismo
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A17	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
B2	Compromiso ético

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer os principais bens patrimoniais abertos ao turismo cultural	A3
Desarrollar a capacidade crítica respecto á mercantilización dos bens culturais patrimoniais como unha forma de entender a sociedade e a cultura	B2
Comprender o reto do equilibrio entre a conservación dos bens patrimoniais e a explotación turística	A8 A11
Adquirir un coñecemento teórico-práctico dos principais produtos patrimoniais e artísticos e o seu potencial económico	A1
Aprender as principais nocións sobre os produtos artísticos para o desenvolvemento dun talante comprensivo fronte a outras culturas	A17
Desarrollar a capacidade de levar a cabo iniciativas para a promoción das potencialidades dos bens patrimoniais en relación co Turismo Cultural	A10

Contidos

Tema	
1. Manifestacións artísticas. Periodización e estilos. Tipoloxías arquitectónicas.	4.1. A cidade histórica como produto turístico: Cidades Patrimonio da Humanidade. Conxuntos históricos.
2. O Turismo Cultural: Posibilidades, funcións e límites.	4.2. As rutas culturais: Os Camiños de Santiago.
3. O Patrimonio como recurso turístico	4.3. Museos, ecomuseos e Exposicións temporais
4. Principales productos do Turismo Patrimonial	4.4. Monumentos e arquitectura popular

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	20	30	50
Saídas de estudo/prácticas de campo	9	10	19
Titoría en grupo	5	3	8
Traballos tutelados	10	30	40
Actividades introdutorias	1	0	1
Probos de resposta curta	2	20	22

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Clases expositivas que concentran a aprendizaxe teórica. Nas diferentes sesións se desenvolve o contido do programa, secuenciado en bloques temáticos. Para cada unidade temática ofrécese un esquema básico e bibliografía específica para seguir e profundizar nos contidos.
Saídas de estudo/prácticas de campo	Saídas de estudo fora do ámbito académico en función do contido do programa (exposicións temporais, fondos museísticos, monumentos singulares, conxuntos histórico-artísticos, etc.
Titoría en grupo	Apoio á formación do alumnado, orientado á resolver as dúbidas ou calqueira outra cuestión relacionada coa materia.
Traballos tutelados	Traballos realizados polos alumnos/as dirixidos á profundización dos diferentes aspectos da materia e ao fortalecemento da capacidade analítica e expositiva.
Actividades introdutorias	Sesión previa para a toma de contacto cos alumnos e presentación do programa da materia, actividades a realizar e sistema de avaliación.

Atención personalizada

Metodoloxías Descrición

Titoría en grupo	Atención personalizada e seguemento do alumnado na aprendizaxe da materia, atendendo todas as cuestións relativas ás actividades programadas, especialmente na orientación e revisión dos traballos tutelados e sistemas de avaliación.
------------------	---

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Saídas de estudo/prácticas de campo	Valoración da preparación e participación activa nas saídas de estudo fora da aula	20
Traballos tutelados	Na súa avaliación considerárase os seguintes criterios: - singularidade e complexidade do tema de estudo - metodoloxía aplicada - bibliografía e recursos en Internet consultados - presentación, claridade e orixinalidade expositiva	30
Probas de resposta curta	.	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

Todos os estudantes teñen dereito a realizar o exame final. Aqueles alumnos que non poidan acollerse á modalidade presencial serán avaliados dos contidos do programa mediante unha proba escrita que suporá un 70% da nota final, e un traballo obrigatorio que representará o 30% restante.

Bibliografía. Fontes de información

CALLE VAQUERO, M. de la, **La ciudad histórica como destino turístico**, Ariel Turismo,
 GARCIA HERNÁNDEZ, M., **Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes**, Tirant lo Blanch,
 HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F., **El patrimonio cultural: la memoria recuperada**, Trea,
 LÓPEZ GUZMAN, R. (Coord.), **Patrimonio Histórico. Aspectos intangibles y valores turísticos**, Universidad Internacional de Andalucía,
 RAMOS LIZANA, M., **El turismo cultural, los museos y su planificación**, Trea,
 VVAA., **Vivir las ciudades históricas. Seminario Turismo, conservación y rehabilitación del patrimonio arquitectónico y artístico**, Instituto Cultural El Brocense,
 VVAA., **Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza**, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Atención ao cliente				
Materia	Atención ao cliente			
Código	004G240V01902			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, Jose Antonio			
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	Atención y trato con los clientes. Atención y calidad del servicio al cliente. Tipología de clientes. La importancia del trato y la atención en el servicio de las empresas turísticas			

Competencias de titulación	
Código	
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A13	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A16	Orientación do servizo ao cliente
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	A6
(*)	A13
(*)	A14
(*)	A16
(*)	A23
(*)	A25
(*)	A27
(*)	A28
(*)	A29
(*)	B1
(*)	B2
(*)	B3
(*)	B4
(*)	B5

Contidos	
Tema	
1. Principios básicos de la atención al cliente	1.1. Las expectativas y la experiencia del cliente 1.2. Gestión de las percepciones y expectativas del cliente 1.3. La calidad del servicio y la satisfacción del cliente 1.4. La creación de valor y la lealtad del cliente

2. Introducción al modelo de gestión de clientes y el conocimiento y evaluación de los clientes	2.1. La necesidad de la gestión de clientes y las dificultades de su implementación 2.2. Modelos de gestión de clientes 2.3. Almacenamiento de datos y evaluación del cliente previa a la segmentación
3. Segmentación de clientes. Tipología de clientes y atención diferencial	3.1. Clientes internos, externos y finales 3.2. Psicología y comportamiento del cliente 3.3. Segmentación del mercado de clientes y atención diferencial 3.4. Modelos de segmentación más usuales
4. La captación y el modelo de relación	4.1. Identificación del cliente objetivo y elección del canal de captación 4.2. El momento de la captación y la repetición 4.3. La oferta de valor. 4.4. La vinculación: retención, fidelidad, lealtad y recuperación de clientes
5. Implementación y seguimiento del modelo de gestión de clientes	5.1. El modelo de implementación y misión 5.2. Análisis de situación de la empresa y análisis de clientes 5.3. El plan de acción estratégico 5.4. Implementación y seguimiento. Indicadores generales
6. Habilidades sociales y comunicativas en la prestación del servicio turístico	6.1. El proceso de interacción social 6.2. Influencias en la percepción de la prestación de servicios. 6.3. La escucha activa 6.4. La comunicación verbal y no verbal 6.5. La atención telefónica
7. Fases de la venta y el tratamiento de dudas y objeciones	7.1. El valor añadido en la venta 7.2. Fases de la venta y atención al cliente 7.3. El servicio posventa 7.4. Tratamiento de las dudas u objeciones
8. Gestión de quejas y reclamaciones	8.1. Importancia de las quejas y reclamaciones en la empresa 8.2. El proceso de reclamaciones 8.3. Tratamiento de las quejas y reclamaciones 8.4. Mecanismos y medios para la emisión de quejas

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios	22	0	22
Sesión maxistral	23	0	23
Traballos e proxectos	0	33	33
Probas de resposta curta	2	42	44
Estudo de casos/análise de situacións	0	28	28

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución por parte de los estudiantes de los problemas y/o ejercicios plantados por el profesor
Sesión maxistral	Exposición oral y detalla del contenido del programa docente por parte del profesor

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Tutorías presenciales y virtuales, a las que tienen acceso los estudiantes para resolver sus dudas, plantear preguntas y recibir orientaciones para el desarrollo de actividades académicas
Probas	Descrición
Traballos e proxectos	
Estudo de casos/análise de situacións	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos e proxectos	Trabajos individuales presentados por el estudiante	25
Probas de resposta curta	Pruebas presenciales, con preguntas de respuesta corta	60
Estudo de casos/análise de situacións	Resolución de casos, por parte del estudiante	15

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Barquero, J. D.; Rodríguez, C.; Barquero, M. y Huertas, F. (2007): Marketing de Clientes, McGraw-Hill, Madrid.

Cram, T. (2003): Estreche las relaciones con los clientes que cuentan: nuevos retos en la atención al cliente, Pearson

Horovitz, J. (2006): Los secretos del servicio al cliente, 2ª ed., Financial Times □ Prentice Hall.

López, S. (2000): Recepción y Atención al Cliente, Ed. Paraninfo, Madrid.

Publicaciones en revistas:

51, pp. 24-31.

del Pino, M. (2006): □Innovaciones en atención al cliente□, MK: Marketing + ventas, Año nº 21, 211, pp. 36-41.

información□, en La reconstrucción de la empresa en el nuevo orden económico: VIII Congreso Nacional, IV Congreso

Miralles, L. (2002): □¿Está su empresa realmente orientada al cliente?□, Harvard Deusto Marketing y Ventas, 52, pp. 14-

Robledo, M. A. (2004): □Modelos de medición de la calidad de servicio: su aplicación a empresas de transporte aéreo□,

Slywotzky, A. J. y Morrison, D. J. (2001): □Hacia la interacción con el cliente□, Harvard Deusto Marketing y Ventas, 47, pp.

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Calidade de procesos turísticos				
Materia	Calidade de procesos turísticos			
Código	004G240V01903			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	del Rio Rama, Maria de la Cruz			
Profesorado	del Rio Rama, Maria de la Cruz			
Correo-e	delrio@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código	
A12	Identificar os procesos operativos en empresas turísticas.
A13	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A16	Orientación do servizo ao cliente
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A19	Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A24	Mobilidade e adaptabilidade a diferentes medios e situacións
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B3	Creatividade
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)	A12	
(*)	A13	
(*)	A14	
(*)	A16	
(*)	A18	
(*)	A19	
(*)	A20	
(*)	A23	
(*)	A24	
(*)	A25	
(*)	A27	
(*)	A28	
(*)	A29	
(*)		B1
(*)		B3
(*)		B5

Contidos

Tema	
(*)TEMA 1: INTRODUCCIÓN. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA CALIDAD	(*)

(*)TEMA 2: IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (*)

(*)TEMA 3: MODELOS ESTANDARIZADOS DE CALIDAD (*)

(*)TEMA 4: MEJORA CONTINUA. HERRAMIENTAS DE CALIDAD (*)

(*)TEMA 5: NORMALIZACIÓN, CERTIFICACIÓN Y HOMOLOGACIÓN. (*)

(*)TEMA 6: LOS COSTES EN CALIDAD (*)

(*)TEMA 7: ESTRATEGIA DE CALIDAD Y PLANES DE CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL (*)

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios	22	0	22
Sesión maxistral	23	0	23
Traballos e proxectos	0	30	30
Probas de resposta curta	2	45	47
Probas de tipo test	0	24	24
Estudo de casos/análise de situacións	0	4	4

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións axeitadas ou correctas mediante a exercitación de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados. Adóitase utilizar como complemento da lección maxistral.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directoras dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.

Atención personalizada

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos e proxectos	Realización dun traballo autónomo en grupo. Elaborarase ao longo de todo o cuadrimestre e presentarse ao final deste.	25%
Probas de resposta curta	Exame final.	60%
Probas de tipo test	Avaliación da asimilación de coñecementos- realizaranse catro test (cada dous temas) a través da plataforma Tema.	10%
Estudo de casos/análise de situacións	Realización de dous casos prácticos ou análise de situacións.	5

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

JULIÁ, M.; PORSCHE, F.; JIMÉNEZ, V. Y VERGE, X., **GESTIÓN DE LA CALIDAD APLICADA A HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN**, 2002,

ALONSO ALMEIDA, M; BARCOS RENDÍN, L.; MARTÍN CASTILLA, J.I., **GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS TURÍSTICOS**, 2006,

Tomarase como libro de referencia: Planificación, Dirección y Gestión Financiera de Empresas Turísticas

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**E-marketing no sector turístico**

Materia	E-marketing no sector turístico			
Código	004G240V01904			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Mazaira Castro, Andrés			
Profesorado	Mazaira Castro, Andrés			
Correo-e	amazaira@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	La materia conecta al alumno con aspectos del marketing básicos para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa. En concreto, la asignatura Dirección Comercial I pretende ahondar en el estudio del marketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado de cada a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A2	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A4	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das diferentes manifestacións antropolóxicas, culturais e sociais que incentivan a actividade turística.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A7	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A8	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto do marco legal que regula as actividades turísticas.
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A10	Aplicar os coñecementos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro do ámbito do turismo
A12	Identificar os procesos operativos en empresas turísticas.
A13	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A15	Desempeñar actividades profesionais en inglés dentro do sector turístico
A16	Orientación do servizo ao cliente
A17	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A19	Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A21	Poder transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado, como non especializado
A24	Mobilidade e adaptabilidade a diferentes medios e situacións
A26	Que os estudantes desenvolvan as habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)	A1	
	A5	
	A6	
	A9	
	A16	
	A18	
(*)	A6	
(*)	A7	
(*)	A9	
(*)	A10	
(*)	A13	
(*)	A14	
(*)	A16	
(*)		B1
(*)		B2
(*)	A1	B1
	A2	B4
	A3	
	A4	
	A6	
	A7	
	A8	
	A9	
	A10	
	A12	
	A15	
	A16	
	A18	
	A19	
	A20	
	A21	
	A24	
	A26	
	A27	
(*)Entender las características del "nuevo" consumidor digital y la incidencia de estos en la redefinición de modelos de negocio exitosos en el sector turístico	A1	B3
	A2	
	A5	
	A6	
	A14	
	A16	
	A17	
	A20	
(*)Comprensión y reformulación del marketing turístico, entendido como cultura de orientación al mercado, a partir de los principios y valores propios de la digitalización de mercados y consumidores	A1	B3
	A5	
	A6	
	A9	
	A14	
	A16	
	A17	

Contidos

Tema	
(*)Tema 1.- Habilidades Digitales para comprender lo que está sucediendo en la Red	(*)- Saber buscar, saber leer, saber guardar, saber interpretar....
(*)Tema 2. Introducción a los modelos de negocio en la Red y al contenido del marketing digital. Especificidades del Sector Turístico	(*)1.- Particularidades de los Modelos de negocio en la red o con una importante "capa" digital. 2.2. Definición y concepto de marketing y consideraciones generales sobre el marketing en la red a nivel general y específicamente de destinos y empresas del sector turístico 2.3. El enfoque del cliente y la gestión de las relaciones 2.4 particularidades del marketing digital en el sector turístico
(*)Tema 4. El comportamiento del consumidor	(*)4.1. Factores que inciden en el comportamiento de compra del consumidor 4.2. Modelos de comportamiento del consumidor 4.3. Diferencias entre el comportamiento del consumidor individual y el organizacional

(*)Tema 3. El sistema de información de marketing	(*)3.1. Evaluación de las necesidades de información en marketing 3.2. La investigación comercial
(*)Tema 5 Internet y las variables tradicionales del marketing.	(*)5.1.- Internet y producto. 5.2.- Internet y Precio. 5.3.- Internet y Distribución. 5.4 Internet y promotion
(*)Tema 6. La planificación de marketing (introducción)	(*)6.1. El plan estratégico de marketing 6.2. Las estrategias de marketing
(*)Tema 7.- Eficacia, ROI y control de las acciones de marketing digital	(*)7.1.- Medición del ROI, importancia del mismo y otros elementos de control

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	9	10	19
Estudo de casos/análises de situacións	16	40	56
Presentacións/exposicións	3	10	13
Traballos tutelados	16	45	61
Probas de resposta curta	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	.
Estudo de casos/análises de situacións	.
Presentacións/exposicións	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto...
Traballos tutelados	.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	(*)	40
Presentacións/exposicións	se entregarán casos y ejercicios que habrá que resolver (*) Presentación de trabajos y ejercicios	10
Traballos tutelados	(*)	40
Probas de resposta curta	Trabaja a realizar de forma autónoma por el estudiante (*)Preguntas cortas acerca del temario	10

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Seybold, Patricia B., **Clientes.com : cómo crear una estrategia de negocios rentable para la Internet y el futuro**, Varios, **Claves del nuevo marketing : cómo sacarle partido a la web 2.0**, 2009,
Smith, Nick, **The Social media management handbook : everything you need to know to get social media working in yo**, 2011,
Dave Chaffey et al, **Internet Marketing. Strategy Implementation and Practice**, 2009,
Charlesworth, A, **Internet Marketing: A Practical Approach**, 2009,
Ryan, Damian, **Understanding digital marketing : marketing strategies for engaging the digital generation**, 2009,
Gutiérrez Arranza y Sánchez Franco (coord), **Márketing en Internet. Estrategia y empresa.**, 2005,
Weber, Larry, **Everywhere : comprehensive digital business strategy for the social media era**, 2011,

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comercio internacional e turismo				
Materia	Comercio internacional e turismo			
Código	004G240V01905			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Fundamentos da análise económica e historia e institucións económicas			
Coordinador/a	Pereira Lorenzo, Nemesio			
Profesorado	Pereira Lorenzo, Nemesio			
Correo-e	nemesio@uvigo.es			
Web	http://http://webs.uvigo.es/nemesio/			
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A2	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
B4	Iniciativa empresarial

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	A1 A2 A9 A11 B4
(*)El objetivo del curso es ofrecer una visión global de la importancia económica del sector turístico a nivel internacional, así mismo mostrar los efectos de la política comercial sobre la industria del turismo	A1 A2 A9

Contidos	
Tema	
(*)1.- Turismo y comercio internacional	(*)1.1 Turismo 1.2 Comercio Internacional
(*)2.- Teorías explicativas del comercio internacional	(*).
(*)3.- Movilidad internacional de factores productivos	(*).
(*)4.- Tipo de cambio y Turismo	(*).
(*)5.- balanza de pagos y Turismo	(*).
(*)6.- Política Comercial Internacional	(*).

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Debates	12	12	24
Estudo de casos/análises de situacións	15	10	25
Traballos tutelados	3	3	6
Sesión maxistral	30	5	35
Probas de tipo test	1	29	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	29	30

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

Metodología docente	
	Descripción
Debates	(*)Charla abierta entre un grupo de estudiantes. Puede centrarse en un tema de los contenidos de la materia, en el análisis de un caso, en el resultado de un proyecto, ejercicio o problema desarrollado previamente en una sesión magistral...
Estudio de casos/análisis de situaciones	(*)Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Trabajos tutelados	(*)El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Generalmente se trata de una actividad autónoma de/de los estudiante/s que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción.
Sesión magistral	(*)Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	
Debates	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
Trabajos tutelados	

Avaliación

	Descripción	Cualificación
Pruebas de tipo test	(*)Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Los alumnos seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.	50
Resolución de problemas e/ou ejercicios	(*)Prueba en la que el alumno debe solucionar una serie de problemas y/o ejercicios en un tiempo/condiciones establecido/as por el profesor. De esta manera, el alumno debe aplicar los conocimientos que ha adquirido. La aplicación de esta técnica puede ser presencial y no presencial. Se pueden utilizar diferentes herramientas para aplicar esta técnica como, por ejemplo, chat, correo, foro, audioconferencia, videoconferencia, etc.	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fuentes de información

OLIVIER BLANCHARD, **MACROECONOMÍA**, 3ª EDICIÓN,

Recomendaciones

Materias que se recomienda tener cursado previamente

Economía: Introducción a economía/O04G240V01103

Turismo e desarrollo económico territorial/O04G240V01501

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dereito turístico laboral e internacional				
Materia	Dereito turístico laboral e internacional			
Código	O04G240V01906			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Dereito privado Dereito público especial			
Coordinador/a	Feijóo Miranda, José Fernandez Prol, Francisca			
Profesorado	Feijóo Miranda, José Fernandez Prol, Francisca Gonzalez Jerez, Jose Antonio			
Correo-e	correo@abogadosfeijoo.com franfernandez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia "Dereito turístico laboral e internacional" integra dous módulos adicados, por unha banda, á análise de aspectos xurídico-laborais do turismo -a modo de continuación á materia "Lexislación Turística" impartida no primeiro curso- e, por outra banda ao Dereito Internacional do Turismo.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A2	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A7	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A8	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto do marco legal que regula as actividades turísticas.
A10	Aplicar os coñecementos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro do ámbito do turismo
A13	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A21	Poder transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado, como non especializado
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A26	Que os estudantes desenvolvan as habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B4	Iniciativa empresarial

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)(*)	A1 A2 A5 A7 A8
(*)(*)	A10 A13 A20 A21 A23 A25 A26

Contidos

Tema	
BLOQUE I: EMPREGO E TURISMO. EMPRESA TURÍSTICA E SEGURIDADE SOCIAL	1. Especial referencia ao traballo [por conta allea] e a dependencia.- 2. O traballo autónomo. O Estatuto do Traballador Autónomo.- 3. Fontes do Dereito do Traballo: lexislación estatal, convenios colectivos, lexislación supraestatal, usos e costumes profesionais, xurisprudencia e doutrina xudicial, principios xerais do dereito, principios laborais.-
TEMA 1. Introdución. Presupostos configuradores e fontes do Dereito do Traballo.	1. Servizos públicos de emprego e axencias de colocación. 2. Fomento do emprego. Subvencións e bonificacións.- 3. Relacións triangulares: empresas de traballo temporal.-
TEMA 2. Emprego e Turismo.	1. O modelo constitucional de Seguridade Social.- 2. Estructura do sistema de Seguridade Social.- Nivel profesional ou contributivo.- Nivel asistencial ou non contributivo.- Réxime Xeral e Reximes Especiais da Seguridade Social. 3. Xestión da Seguridade Social. Entidades xestoras e servizos comúns.- Entidades colaboradoras.
TEMA 3. Empresa turística e Seguridade Social.	1. Actos de encadramento. Inscripción, afiliación, altas e baixas. 2. Financiación do Sistema de Seguridade Social. En particular, no Réxime Xeral. A obriga de cotización. Bases, tipos e cuotas.- 3. A acción protectora no Réxime Xeral da Seguridade Social. Riscos profesionais e riscos comúns. Accidente de traballo, enfermidade profesional, enfermidade común e accidente non laboral. Referencia a outras continxencias profesionais. Tipoloxía e extensión da acción protectora. 4. Melloras voluntarias: análise de convenios colectivos de aplicación ao sector turístico.-
TEMA 4. Obrigas de Seguridade Social do empresario do sector turístico.	1. Dereito de estranxería.- 2. Políticas de visados e de libre circulación de persoas. 3.- Dereito consular.
BLOQUE II: DEREITO INTERNACIONAL DO TURISMO.	
TEMA 1. As fronteiras e a libre circulación de persoas.	
TEMA 2. Problemas de Dereito internacional privado relativos ao turismo (I):	1. Marco xurídico xeral do Dereito internacional de transporte de viaxeiros.- 2. O contrato internacional de transporte de viaxeiros.- 3. Problemas de competencia xudicial internacional. -4. A lei aplicable ao contrato de transporte.
TEMA 3. Problemas de Dereito internacional privado relativos ao turismo (II):	1. Marco xurídico xeral do Dereito internacional de consumo.- 2. O contrato internacional de consumo.- 3. Problemas de competencia xudicial internacional.- 4. A lei aplicable ao contrato de consumo.
TEMA 4. Problemas de Dereito internacional privado relativos ao turismo (III):	A. Marco xurídico xeral do Dereito internacional de danos.- 2. Casos de responsabilidade internacional por danos.- 3. Problemas de competencia xudicial internacional.- 4. A lei aplicable á responsabilidade internacional.-

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios	15	30	45
Sesión maxistral	30	60	90
Probas de tipo test	4	11	15

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvolo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Procederase a resolución individualizada das dúbidas que xurdan con motivo da resolución de problemas e/ou exercicios plantexados

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Probas de tipo test	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas de elección múltiple. Os alumnos seleccionan unha resposta entre un número limitado de posibilidades. As probas de tipo test incluírán preguntas de carácter práctico para avaliar as competencias adquiridas en estudos de casos/análise de situacións	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

CONVOCATORIA DE DECEMBRO:

a) Sistema de avaliación continua. Ao comezo do curso, o/a alumno/a deberá manifestar a súa vontade de someterse ao sistema de avaliación continua. Para optar ao sistema de avaliación continua, o/a alumno/a deberá acreditar asistencia a un 80% das clases. O/a alumno/a que se acolla a este sistema e acredite a presencialidade mínima do 80%, será avaliado mediante 4 probas de tipo test realizadas ao longo do período de docencia. A nota final será a media aritmética das calificacións obtidas nas 4 probas de tipo test.

b) Sistema de avaliación final. O/A alumno/a que non opte polo sistema de avaliación continua terá dereito a ser avaliado mediante exame final que representa o 100% da calificación na materia. O citado exame final consistirá nunha proba única tipo test que versará sobre a totalidade do programa.

CONVOCATORIA DE XULLO:

O alumno que non supere a materia na convocatoria de decembro -ben mediante sometemento a avaliación continua, ben mediante sometemento a avaliación final- será avaliado na convocatoria de xullo mediante exame final que representa o 100% da calificación na materia. O citado exame final consistirá nunha proba única de tipo test que versará sobre a totalidade do programa.

Bibliografía. Fontes de información

MARTIN VALVERDE, A. RODRÍGUEZ-SÁNUDO GUTIÉRREZ, F., GARCÍA MURCIA, J., **Derecho del Trabajo**, 19ª,
 VIDA SORIA, J., MONEREO PÉREZ, J. L., MOLINA NAVARRETE, C., QUESADA SEGURA, R., **Manual de Seguridad Social**, 8ª,
 ORTEGA MARTÍN, E., **Manual práctico de Derecho de extranjería**, 4ª,
 FERNÁNDEZ MASÍÁ, E., **Nacionalidad y extranjería**,
 SOLER CANTALAPIEDRA, T., **Legislación sobre extranjeros**,
 FERNÁNDEZ ROZAS, J. C., SÁNCHEZ LORENZO, S., **Derecho internacional privado**,
 GARCIMARTÍN ALFÉREZ, F. J., **Derecho internacional privado**,
 AA.VV., **Legislación Laboral y de Seguridad Social**,
 AA.VV., **Legislación básica de Derecho internacional privado**,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Creación e viabilidade de empresas turísticas				
Materia	Creación e viabilidade de empresas turísticas			
Código	O04G240V01907			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Nogueira Alvarez, Maria Consuelo			
Profesorado	Nogueira Alvarez, Maria Consuelo			
Correo-e	chelonogueira@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	(*)Proceso de creación de empresas. Emprendedor e idea de negocio. Creatividad e innovación aplicadas a la idea de negocio. Plan de empresa. Acceso a la condición de empresarios. Trámites e implicaciones prácticas			

Competencias de titulación	
Código	
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A7	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A8	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto do marco legal que regula as actividades turísticas.
A12	Identificar os procesos operativos en empresas turísticas.
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A16	Orientación do servizo ao cliente
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	A5
(*)	A6
(*)	A7
(*)	A8
(*)	A12
(*)	A14
(*)	A16
(*)	A18
(*)	A20
(*)	A23
(*)	A25
(*)	A27
(*)	A28
(*)	A29
(*)	B1
(*)	B2

(*)	B3
(*)	B4
(*)	B5

Contidos

Tema

(*)TEMA1: LA CONSTITUCIÓN FORMAL DE LA EMPRESA	(*)
(*)TEMA 2: EL PLAN DE EMPRESA	(*)
(*)TEMA 3: EL EMPRENDEDOR	(*)
(*)TEMA 4: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	(*)

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios	22.5	15	37.5
Presentacións/exposicións	7	8	15
Sesión maxistral	17.5	0	17.5
Traballos e proxectos	0	80	80
Outras	0	0	0

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*) Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral.
Presentacións/exposicións	(*)Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.
Sesión maxistral	(*)Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Probas	Descrición
Traballos e proxectos	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	(*)Exposición y defensa del trabajo tutelado	40
Traballos e proxectos	(*)Trabajo realizado por el alumno	40
Outras	(*)Asistencia a clases	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

AMARU MAXIMIANO, ANTONIO, **ADMINISTRACIÓN PARA EMPRENDEDORES: FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS**, 2008,
MEYER, PEDRO, **25 CASOS DE ÉXITO EN EL MUNDO EMPRESARIAL**, 2009,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación e dirección de espazos turísticos				
Materia	Planificación e dirección de espazos turísticos			
Código	O04G240V01908			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Gil Pereiras, Maria del Carmen			
Profesorado	Gil Pereiras, Maria del Carmen			
Correo-e	carmengil@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A xestión e planificación do destino turístico implica unha visión integral das necesidades e capacidades do espazo. Visión estratéxica do espazo turístico. Métodos e técnicas de planificación estratéxica, diagnose e avaliación dos recursos turísticos. Análise do contorno competitivo. Recursos e capacidades. Cadea de valor.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A2	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A16	Orientación do servizo ao cliente
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.	A1
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.	A2
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.	A3
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas	A5
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.	A9
Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo	A11
Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.	A14
Orientación do servizo ao cliente	A16
Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información	A18

Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.	A20
Capacidade de comunicación oral e escrita.	A23
Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual	A25
Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo	A27
Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.	A28
Compromiso ético	B2
Creatividade	B3
Creatividade	B4
Motivación por a calidade	B5

Contidos

Tema	
TEMA 1: Introducción á Planificación Turística.	Conceptualización. Os espazos turísticos como ámbito de actuación. Metodoloxía.
TEMA 2 : Planificación Estratéxica do espazo turístico.	Introducción á dirección estratéxica. Marco teórico e conceptos clave. Análise estratéxica: interna e externa. Métodos e instrumentos de planificación e xestión de destinos turísticos.
TEMA 3. Plans de desenvolvemento turístico.	Principios básicos. Características. Estrutura. Fases na elaboración dun plan. Tipos de plans. Importancia dos recursos turísticos no proceso de planificación. Estudo da potencialidade turística do territorio ou espazo de análise. Incidencia da capacidade de carga.
TEMA 4: A planificación e dirección de espazos turísticos a través da análise de experiencias.	Análise de experiencias, locais, rexionais, nacionais ou internacionais.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1.5	0	1.5
Sesión maxistral	18	18	36
Presentacións/exposicións	4.5	9	13.5
Titoría en grupo	1.5	3	4.5
Estudo de casos/análises de situacións	6.5	13	19.5
Saídas de estudo/prácticas de campo	2	0	2
Prácticas en aulas de informática	7	7	14
Traballos de aula	6	6	12
Probas de resposta curta	2	20	22
Traballos e proxectos	1	24	25

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación da materia. Explicación sobre a planificación do curso
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas . As sesións teóricas, poden completarse con dinámicas como análise de textos que axuden á comprensión dos conceptos teóricos da materia.
Presentacións/exposicións	Exposición por parte do alumno ante o docente e o grupo dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Exposicións individuais e en grupo.
Titoría en grupo	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe. Seguimento titorial do traballo en grupo
Estudo de casos/análises de situacións	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución Traballos de aula O estudante desenvolve exercicios ou proxectos na aula baixo as directrices de supervisión do profesor
Saídas de estudo/prácticas de campo	Actividades de aplicación dos coñecementos a situacións concretas e de adquisición de habilidades básicas e procedimentais relacionadas coa materia de estudo. Desenvólvense en espazos non académicos exteriores. Visitas a eventos, centros de investigación, institucións; prácticas de campo... de interese académico-profesional para o alumno.
Prácticas en aulas de informática	Actividades de aplicación dos coñecementos a situacións concretas e de adquisición de habilidades básicas e procedimentais relacionadas coa materia desenvolvidas na aula de informática.
Traballos de aula	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos na aula baixo as directrices de supervisión do profesor.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	A atención personalizada é unha actividade académica que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado, en pequeno grupo, relacionadas co traballo en grupo e con temas vinculados coa materia.
Titoría en grupo	A atención personalizada é unha actividade académica que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado, en pequeno grupo, relacionadas co traballo en grupo e con temas vinculados coa materia.
Probos	Descrición
Traballos e proxectos	

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións		15
	Exposición e defensa dun traballo final en grupo que se realizará ao longo do curso.	
Titoría en grupo	Seguimento titorial da evolución do traballo final en grupo.	5
Traballos de aula	Realización de actividades que complementan á sesión maxistral. Comentarios de lecturas de artigos. Realización de exercicios teórico prácticos. Exposicións de actividades, etc. Contémplase a actitude participativa.	30
Probos de resposta curta	Exame sobre os contidos teórico prácticos da materia. Inclúirá preguntas teóricas e algún exercicio práctico. Pode plantearse algunha pregunta a desenvolver.	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

A planificación da materia supón a aplicación dun sistema de avaliación continua, polo que a cualificación final se obterá da avaliación dos traballos de aula, traballo final, seguimento titorial e realización dun examen final. Para ter en conta as cualificacións de aula e traballo final é necesario obter unha nota mínima de 4 sobre 10 no exame final.

- Segunda convocatoria: A nota correspondente aos exercicios realizados en grupo e traballos de aula, conservarase durante un curso académico

(convocatorias de Xuño e Xullo).

- Os alumnos que non sigan avaliación continua realizarán un exame final teórico práctico sobre todos os contidos da asignatura que representará o 100% da nota.

Bibliografía. Fontes de información

ANDER-Egg, E., **Introducción a la planificación**, Siglo XXI,

ANTÓN CLAVE, S. coord., **Planificación Territorial del Turismo**, UOC,

EVANS, N.; CAMPBELL, D. e STONEHOUSE, G., **Gestión estratégica del turismo**, Síntesis,

INSKEEP, E., **Tourism and integrated and sustainable development**, Wiley & sons,

IVARS, J.A., **Planificación turística de los espacios regionales en España**, Síntesis,

□La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales

Mundial del Turismo, Madrid.

RIVAS GARCÍA, J.(2006): □Planificación Turística□. Septem ediciones, Oviedo.

Recomendacións

Outros comentarios

Esta Guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar ao cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir axustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen aparecer.

Así mesmo, achegárase ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Programación e guía de itinerarios				
Materia	Programación e guía de itinerarios			
Código	O04G240V01909			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Historia, arte e xeografía			
Coordinador/a	de Uña Alvarez, Elena			
Profesorado	de Uña Alvarez, Elena			
Correo-e	edeuna@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Coñecemento dos conceptos fundamentais dos itinerarios turísticos. Bases metodolóxicas e deseño das rutas. Análise do territorio e dos seus recursos turísticos en diversas escalas.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A4	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das diferentes manifestacións antropolóxicas, culturais e sociais que incentivan a actividade turística.
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A16	Orientación do servizo ao cliente
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
B2	Compromiso ético

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles	A1
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística	A3
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das diferentes manifestacións antropolóxicas, culturais e sociais que incentivan a actividade turística	A4
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística	A9
Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo	A11
Orientación do servizo ao cliente	A16
Capacidade para interpretar críticamente datos e texto	A20
Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual	A25
Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo	A27
Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado	A28
Compromiso ético	B2

Contidos
Tema

1. Bases teóricas	1.1 Conceptos fundamentais
2. Bases metodolóxicas	1.2 Tipoloxía xeral dos itinerarios turísticos
3. Análise territorial	2.1 Deseño de rutas turísticas
4. Planificación de rutas e itinerarios	2.2 Funcións dos guías turísticos
	3.1 Diagnose e avaliación dos recursos turísticos territoriais
	3.2 Explotación turística dos recursos patrimoniais
	4.1 Referentes do deseño
	4.2 Rutas e itinerarios nas diversas escalas

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos tutelados	5	36	41
Resolución de problemas e/ou exercicios	8	19	27
Saídas de estudo/prácticas de campo	3	9	12
Sesión maxistral	23	36	59
Titoría en grupo	2	5	7
Probas de tipo test	2	0	2
Traballos e proxectos	2	0	2

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos tutelados	O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios
Saídas de estudo/prácticas de campo	Actividades de aplicación dos coñecementos a situacións concretas e de adquisición de habilidades básicas e procedementais relacionadas coa materia obxecto de estudo. Desenvólvense en espazos non académicos exteriores.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.
Titoría en grupo	Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios	Actividade desenvolvida polo profesorado, individual ou en pequeno grupo, na resolución de exercicios e nas saídas de estudo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe.
Saídas de estudo/prácticas de campo	Actividade desenvolvida polo profesorado, individual ou en pequeno grupo, na resolución de exercicios e nas saídas de estudo, que ten como finalidade atender as necesidades e consultas do alumnado relacionadas co estudo e/ou temas vinculados coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe.

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	Os alumnos deben describir as tarefas e procedementos desenvolvidos, mostrar os resultados obtidos ou observacións realizadas, así como a análise e tratamento de datos.	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	Análisis e resolución dos problemas y/o exercicios propostos	20
Probas de tipo test		50

Outros comentarios sobre a Avaliación

A materia será avaliada por un sistema de avaliación continua, a partires das competencias adquiridas. A cualificación final será a suma dos diferentes elementos avaliados tendo en conta aspectos teóricos e prácticos (final numérica de 0 a 10 pola lexislación vixente). **Casos particulares serán expostos o profesor/a da materia a contratar, na data presente,**

por lista de agarda pendente de resolución nun concurso de profesorado.

Os alumnos que non sigan avaliación continua poderán presentarse aos exames finais fixados na programación de exames da Facultade, aténdose aos seguintes criterios: a) Proba escrita. Exame xeral de carácter teórico que suporá o 70% da calificación final. b) Realización dun traballo bibliográfico que suporá o 30% da calificación final.

Segunda convocatoria:

Avaliarase o alumno coa realización dun exame final de carácter teórico-práctico que suporá o 50% da cualificación final, aténdose aos mesmos criterios xa expostos para a primeira convocatoria. Conservaranse as cualificacións de traballo de grupo, visita e outras actividades de avaliación continua que o alumno xa realizase. Naqueles casos que non se cumpra algún dos supostos mencionados anteriormente, o alumno deberá de compensalo mediante a realización dun traballo bibliográfico en relación co temario da materia.

Bibliografía. Fontes de información

Williams, Stephen, **Tourism Geography**, 2009,

Varios autores, **Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos**, 2011,

Varios autores, **Turismo y cambio territorial**, 2006,

Fariña, José, **Turismo y uso sostenible del territorio**, 1999,

Montaña Louzao, José, **Rutas del agua**, 2009,

García, J. y Vaquero, B. (dir), **Roteiros culturais por Ourense**, 2001,

Gómez Prieto, Julia, **Rutas e itinerarios turísticos en España**, 1991,

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Xeografía: O turismo no mundo actual/O04G240V01104

Recursos territoriais/O04G240V01304

Outros comentarios

A MATERIA SERÁ IMPARTIDA POR UN/UNHA PROFESOR/A A CONTRATAR POR LISTA DE AGARDA.

A LISTA DE AGARDA ATÓPASE, NESTA DATA, 25 XUÑO 2012, PENDENTE DE RESOLUCIÓN (CONCURSO DE PROFESORADO)

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Xestión de destinos de interior				
Materia	Xestión de destinos de interior			
Código	O04G240V01910			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Álvarez García, José			
Profesorado	Álvarez García, José			
Correo-e	pepealvarez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)El objetivo de esta asignatura es acercar al alumno a la Gestión y Comercialización del Patrimonio Cultural y Turismo; turismo rural, turismo de espacios naturales, turismo gastronómico y enológico, así como el turismo termal.			

Competencias de titulación	
Código	
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A4	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das diferentes manifestacións antropolóxicas, culturais e sociais que incentivan a actividade turística.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A19	Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A24	Mobilidade e adaptabilidade a diferentes medios e situacións
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade

Competencias de materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	A3
(*)	A4
(*)	A5
(*)	A9
(*)	A11
(*)	A14
(*)	A18
(*)	A19
(*)	A20
(*)	A23
(*)	A24
(*)	A25
(*)	A27
(*)	A28
(*)	A29

(*)	B1
(*)	B2
(*)	B3

Contidos

Tema

(*)TEMA 1: TURISMO CULTURAL	(*)
(*)TEMA 2: TURISMO RURAL	(*)
(*)TEMA 3: TURISMO DE ESPACIOS NATURALES	(*)
(*)TEMA 4: TURISMO ENOLÓGICO Y GASTRONÓMICO.	(*)
(*)TEMA 5: TURISMO TERMAL	(*)

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	22	5	27
Sesión maxistral	23	0	23
Probas de resposta curta	2	42	44
Probas de tipo test	0	24	24
Estudo de casos/análise de situacións	0	4	4
Traballos e proxectos	0	28	28

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	(*) Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral.
Sesión maxistral	(*)Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Probas de resposta curta	(*)Evaluación de la asimilación de conocimientos	20
Probas de tipo test	(*)Examen final	50
Estudo de casos/análise de situacións	(*)Realización de casos prácticos o análisis de situaciones	10
Traballos e proxectos	(*)Realización de trabajos.	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

GREG RICHARDS AND JULIE WILSON, **TOURISM, CREATIVITY AND DEVELOPMENT**, GREG RICHARDS,
 GREG RICHARDS, **CULTURAL TOURISM: GLOBAL AND LOCAL PERSPECTIVES**, GREG RICHARDS,
 JOSEP FONT SANTÍAS (COORD), **CASOS DE TURISMO CULTURAL: DE LA PLANIFICACIÓN ESTATÉGICA A LA PLANIFICACIÓN DE PRODUCTO**, ARIEL,
 MARÍA FOSÉ VIÑALS BLASCO, **TURISMO EN ESPACIOS NATURALES Y RURALES II**, UPV,
 MAR GÓMEZ, **EL TURISMO ENOLÓGICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OFERTA**, RAMON ARECES,
 LUÍS VICENTE ELÍAS PASTOR, **EL TURISMO DEL VINO: OTRA EXPERIENCIA DEL OCIO**, DEUSTO,
 XULIO PARDELLAS DE BLAS, **TURISMO GASTRONÓMICO: RECURSOS E ITINERARIOS**, UNIVERSIDAD DE VIGO,
 ANNE-METTE AND GREG RICHARDS, **TOURISM AND GASTRONOMY**, ROUTLEDGE,
 JOSEP-FRANCESC VALLS, **GESTIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO Y OCIO**, ESADE,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Diseño, elaboración de cuestionarios e análise de datos en investigación turística				
Materia	Deseño, elaboración de cuestionarios e análise de datos en investigación turística			
Código	004G240V01911			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Estatística e investigación operativa Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, Jose Antonio Cotos Yañez, Tomas Raimundo			
Profesorado	Cotos Yañez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, Jose Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es cotos@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código	
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A19	Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B2	Compromiso ético

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais	A6
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística	A9
Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo	A11
Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información	A18
Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición	A19
Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.	A20
Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado	A28
Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións	A29
Compromiso ético	B2

Contidos

Tema	
Tema 1. Os estudos cuantitativos	1.1 Introducción. 1.2 Tipos de análises cuantitativos 1.3 Análise descritivo e gráfico dos datos.

Tema 2. Tipos e estrutura dos cuestionarios	2.1. O cuestionario 2.2. Recomendacións para a elaboración dun bo cuestionario 2.3. Tipos de cuestionarios 2.4. Estructuras de cuestionario
Tema 3. Técnicas para a elaboración dos cuestionarios	3.1. Esquema secuencial para a elaboración da enquisa e o cuestionario. 3.2. Información básica para a elaboración do cuestionario 3.3. Técnicas de redacción das preguntas do cuestionario 3.4. Codificación do cuestionario 3.5. Pretest
Tema 4. Codificación e grabación dos datos recollidos	4.1 Estructura e codificación de items cualitativos e cuantitativos. 4.2 Introducción/modificación de datos por ordenador.
Tema 5. Técnicas estatísticas para o análise de datos	5.1 Introducción á inferencia: Mostraxe, estimación puntual, estimación por intervalos e contraste de hipóteses. 5.2 Introducción aos tipos de mostraxe 5.3 Mostraxe aleatoria simple. Estimación da media e do total. 5.4 Mostraxe aleatoria estratificado. Estimación da media e do total. 5.5 Mostraxe por conglomerados e unha e dúas etapas. Estimación da media e do total. 5.6 Selección do tamaño mostral.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	13.5	30	43.5
Resolución de problemas e/ou exercicios	27	42.5	69.5
Traballos de aula	7.5	0	7.5
Outros	0	22	22
Probas de resposta curta	7.5	0	7.5

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas, exercicios ou prácticas a desenvolver polo estudante.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución de problemas e cuestións de cada un dos temas do programa da materia.
Traballos de aula	Formulación, análise, resolución e debate de problemas relacionados coa materia.
Outros	Realización de traballos relacionados cos contidos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Atención e resolución de dúbidas ao alumnado en relación ás diferentes actividades da materia Lugar: despacho do profesor. Horario: por determinar.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Atención e resolución de dúbidas ao alumnado en relación ás diferentes actividades da materia Lugar: despacho do profesor. Horario: por determinar.
Traballos de aula	Atención e resolución de dúbidas ao alumnado en relación ás diferentes actividades da materia Lugar: despacho do profesor. Horario: por determinar.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Probas de resposta curta	Diferentes probas de resposta curta ao longo da materia. Polo menos haberá dúas probas onde cada unha delas será o 50% da avaliación total.	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

Haberá un sistema de avaliación alternativo para os alumnos que opten á avaliación non continua consistente nunha proba de resposta curta (100% da nota).

O sistema de avaliación da segunda e sucesivas convocatorias será o de avaliación non continua.

Bibliografía. Fontes de información

-Díaz de Rada, V. (2001): Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial. ESIC. Madrid.

- Montiel Torres, Ana Mª et al. (2007): Estadística para turismo. Publicación Aravaca (Madrid) : McGraw-Hill.

- Scheaffer, R.L., Mendenhall, W. y Lyman OTT, R. (2007): Elementos de Muestreo. Thomson Ed.

- Santos Peña, J., Muñoz Alamillos, A. (2002). Fundamentos de estadística aplicados al turismo. Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces

Recomendacións

Outros comentarios

O material do curso estará dispoñible na plataforma Tema.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación económico-financieira das empresas turísticas				
Materia	Planificación económico-financieira das empresas turísticas			
Código	004G240V01912			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Economía financeira e contabilidade			
Coordinador/a	Docampo Parente, Jeronimo			
Profesorado	Docampo Parente, Jeronimo			
Correo-e				
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A7	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A12	Identificar os procesos operativos en empresas turísticas.
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A17	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial

Competencias de materia			
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
(*)Conocer los principios básicos de la gestión financiera de las empresas turísticas	A1		
	A5		
	A7		
(*)Conocer la interrelación entre las inversiones y la financiación	A1		
	A5		
	A7		
	A12		
	A14		
(*)Conocer el objetivo financiero	A5		
	A7		
	A14		
(*)Conocer la situación económica de una empresa a partir de los estados financieros	A5	B1	
	A7	B3	
	A11	B4	
	A12		
	A14		

(*)Conocer y aplicar las principales técnicas de análisis de los estados contables de las empresas turísticas	A5 A7 A9 A14 A17 A20 A25	B1 B3 B4
---	--	----------------

Contidos

Tema

(*)Tema 1.- FUNCIÓN FINANCIERA	(*)Introducción a la gestión financiera La empresa y sus objetivos financieros
(*)Tema 2.- INFORMACIÓN FINANCIERA	(*)Información interna: cuentas anuales
(*)Tema 3.- FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	(*)Fuentes de financiación Estructura financiera
(*)Tema 4.- PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	(*)Consideraciones de la planificación Planificación financiera a corto plazo Planificación financiera a largo plazo
(*)Tema 5.- ANÁLISIS FINANCIERO	(*)Ratios económico-financieros Análisis patrimonial Situación de equilibrio

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou ejercicios	35	55	90
Sesión maxistral	20	10	30
Titoría en grupo	5	25	30

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou ejercicios	(*) Propuesta de ejercicios y problemas para resolver en clase
Sesión maxistral	(*) Exposición en el aula de contenidos teóricos, mediante el uso de material docente
Titoría en grupo	(*) Aprendizaje en grupos pequeños, mediante la resolución de ejercicios y casos prácticos

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas e/ou ejercicios	
Titoría en grupo	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Resolución de problemas e/ou ejercicios	(*)	80
Sesión maxistral	(*)	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

CIBRÁN FERRAZ, P., **GESTIÓN FINANCIERA**, Tórculo,
PISÓN FERNÁNDEZ, Irene, **DIRECCIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA**, Pirámide,
AGUADO FRANCO, Juan Carlos, **LA GESTION FINANCIERA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**, Thomson Paraninfo,
ARGUEDAS, Raquel, **PLANIFICACIÓN, DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**, Ramón Areces,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Creación e viabilidade de empresas turísticas/O04G240V01907

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Xestión dos recursos financeiros/O04G240V01505

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Empresa: Contabilidade de organizacións turísticas I/O04G240V01101

Empresa: Contabilidade de organizacións turísticas II/O04G240V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas en empresas				
Materia	Prácticas en empresas			
Código	004G240V01981			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	12	OB	4	2c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral				
Competencias de titulación				
Código				
Competencias de materia				
Resultados previstos na materia		Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Contidos				
Tema				
Planificación				
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais	
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.				
Metodoloxía docente				
	Descrición			
Atención personalizada				
Avaliación				
	Descrición	Cualificación		
Outros comentarios sobre a Avaliación				
Bibliografía. Fontes de información				
Recomendacións				

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Traballo de Fin de Grao				
Materia	Traballo de Fin de Grao			
Código	004G240V01991			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	12	OB	4	2c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	Co Traballo Fin de Grao (TFG) o/a estudante debe amosar ter conseguido as habilidades e destrezas conducentes á elaboración, presentación e defensa dun traballo de investigación ou de recopilación, a partir de material orixinal e inédito no eido empresarial a través da utilización da metodoloxía científica apropiada.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A2	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto de políticas públicas, estrutura e evolución dos mercados turísticos: relacións nacionais e internacionais.
A3	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos recursos naturais, culturais e patrimoniais relacionados coa actividade turística.
A4	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das diferentes manifestacións antropolóxicas, culturais e sociais que incentivan a actividade turística.
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A7	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
A8	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto do marco legal que regula as actividades turísticas.
A9	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.
A10	Aplicar os coñecementos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro do ámbito do turismo
A11	Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo
A12	Identificar os procesos operativos en empresas turísticas.
A13	Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A15	Desempeñar actividades profesionais en inglés dentro do sector turístico
A16	Orientación do servizo ao cliente
A17	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
A18	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información.
A19	Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición
A20	Capacidade para interpretar criticamente datos e texto.
A21	Poder transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado, como non especializado
A22	Dominio do inglés e perfeccionamento e intensificación, como mínimo, dunha segunda lingua estranxeira
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A24	Mobilidade e adaptabilidade a diferentes medios e situacións
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A26	Que os estudantes desenvolvan as habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.

B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
O traballo Fin de Grado deberá verificar adecuadamente a adquisición polo estudante de todas as competencias da titulación.	A1	B1
	A2	B2
	A3	B3
	A4	B4
	A5	B5
	A6	
	A7	
	A8	
	A9	
	A10	
	A11	
	A12	
	A13	
	A14	
	A15	
	A16	
	A17	
	A18	
	A19	
	A20	
	A21	
	A22	
	A23	
	A24	
	A25	
	A26	
	A27	
	A28	
	A29	

Contidos

Tema	
(*)Traballo fin de grado	(*)Traballo fin de grado

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Proxectos	0	299	299
Outras	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Proxectos	(*)Traballo *autónomo por parte *do *alumnado *tutorizado por un profesor/a segundo ou establecido non *Regulamento de *Traballo Fin de *Grao (*TFG) de *Facultade de Ciencias *Empresariais e Turismo.A carga estimada de *traballo por parte *do *alumnado *é de 12 *ECTS (300 horas)

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Proxectos	Atención personalizada por parte do titor/a do TFG

Avaliación

Descrición	Cualificación
OutrasDefensa pública do TFG diante do Tribunal Avaliador nomeado pola Comisión de Implantación do Grao da FCETOU	100

- O acto de presentación será realizado polo alumno/a diante dun Tribunal Avaliador en sesión pública na data e hora asignada.
- O/a estudante deberá estar na súa correspondente aula con suficiente anterioridade á hora á que foi convocado/a.
- Na realización do TFG, o plaxio e a utilización de material non orixinal, (incluído aquel obtido a través de internet) sen indicación expresa da súa procedencia e, se é o caso, permiso do seu autor, será considerada causa de suspenso da materia (cualificación 0) e de perda do dereito á exposición pública (defensa) do mesmo.
- O/a alumno/a exporá nun tempo máximo de quince minutos un resumo do TFG e dos principais resultados e conclusións acadados. Posteriormente, os membros do Tribunal avaliador realizarán as observacións e consideracións oportunas.
- O/a alumno/a poderá usar como soporte da súa presentación o programa powerpoint, para o cal deberá subir o ficheiro da súa presentación á plataforma faitic un día antes da data de defensa pública.
- A avaliación por parte do Tribunal seguirá os seguintes criterios:

	Valoración
Tema, contido, organización e calidade do TFG	80%
Presentación pública do TFG	20%

- Para a avaliación da presentación pública (defensa) do TFG atenderase aos seguintes aspectos:

	Valoración
Contido e organización	25%
Formato e claridade expositiva	25%
Presentación e defensa argumental	25%
Interacción co tribunal	25%

- Finalizada a presentación pública dos TFG, o Tribunal avaliador deliberará sobre a cualificación a porta pechada. Unha vez finalizada a deliberación, o Tribunal fará pública a cualificación.

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións