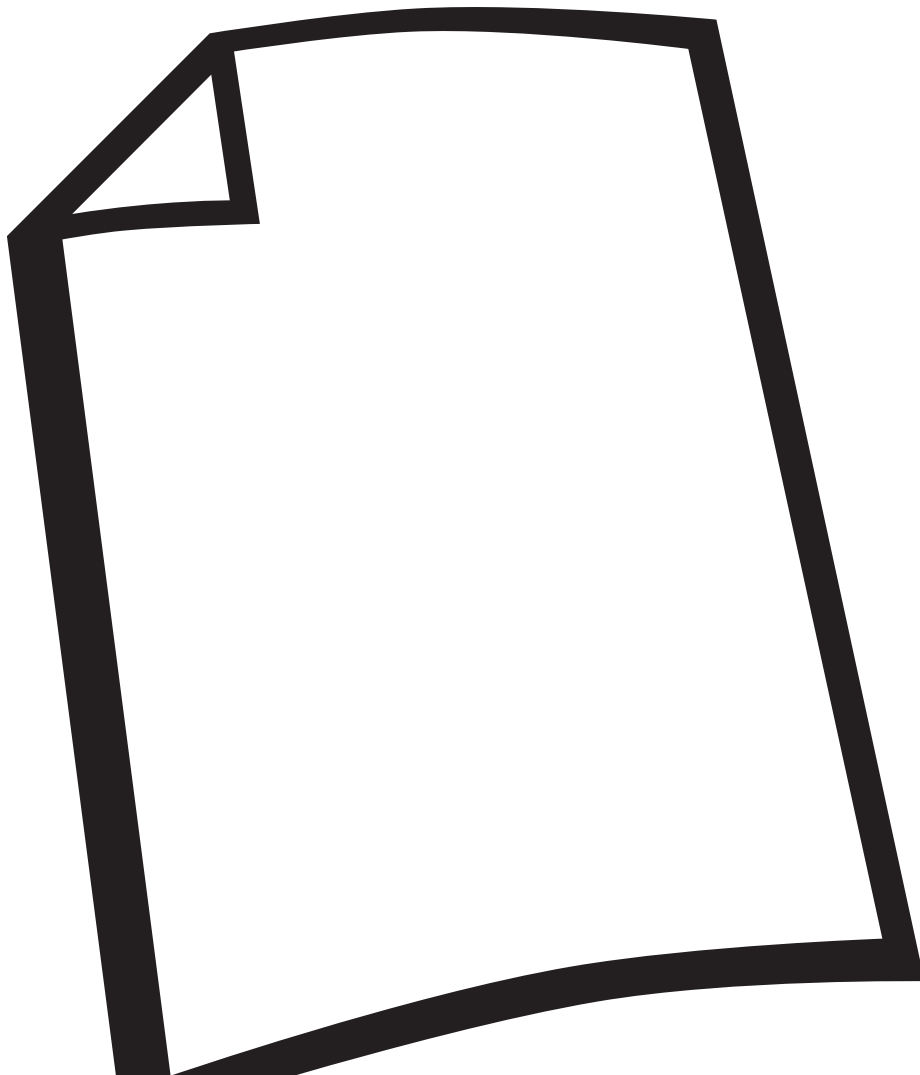


UVIC GUIA DE L'ESTUDIANT **2009-2010**

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**DIPLOMATURA
DE TURISME**



ÍNDEX

Presentació	3
Facultat d'Empresa i Comunicació	4
Estructura	4
Òrgans de Govern	5
Departaments, Professorat i Professionals dels Serveis	5
Calendari Acadèmic	9
Organització dels Ensenyaments	10
Els plans d'estudis	10
Ordenació temporal	10
Els crèdits de lliure elecció	11
Novetats i aspectes importants dels estudis de Turisme de la UVic	12
Relacions Internacionals	13
Les tutories	14
La borsa de treball	14
Innovació metodològica i tecnològica	15
Implantació del canvi metodològic orientat al sistema del crèdit europeu	15
Incorporació de l'ús de les noves tecnologies a l'aula	15
Assignatures obligatòries de 2n curs	16
Organització i Gestió d'Empreses	16
Direcció i Gestió de Personal	18
Patrimoni Cultural II	20
Dret Fiscal	22
Comptabilitat II	24
Operacions i Processos de Producció	27
Anglès II	30
Francès II	32
Alemany II	34
Assignatures obligatòries de 3r curs	36
Estructura de Mercats Turístics	36
Màrqueting Turístic	38
Gestió Financera	40
Legislació Turística	43
Assignatures optatives	45
Patrimoni Turístic de Catalunya	45
Gestió Hotelera	47
Gestió i Planificació de l'Oci	50
Sistemes d'Informació per a la Gestió Turística	52
Assignatures de lliure elecció	54
Anglès III	54
Turisme i Medi Ambient	56

PRESENTACIÓ

Aquesta Guia està pensada per proporcionar-te la informació imprescindible per planificar amb encert aquest curs, a més de donar-te referència dels serveis i les possibilitats que t'ofereix la Facultat.

Des del punt de vista acadèmic, els plans d'estudis ofereixen l'optativitat que t'ha de permetre configurar l'itinerari que més s'avingui a les teves característiques i interessos. Ara bé, cal que coneguis els diferents tipus d'assignatures, els seus programes i els diferents perfils d'especialització abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

La Diplomatura de Turisme és, com a carrera universitària homologada, una titulació jove tot i que entronca amb la tradició d'estudis turístics existents fins fa poc fora de les universitats. El nou rang universitari que adquireixen és la conseqüència lògica de la necessitat que es formin, amb la millor qualificació possible, titulats encaminats a la gestió d'empreses turístiques; un sector d'activitat principalíssim a Catalunya i a tot el món i amb unes enormes possibilitats de creixement i d'expansió. Creiem que l'elecció d'estudis que has fet és del tot encertada, si més no des de la perspectiva dels horitzons professionals.

La Facultat d'Empresa i Comunicació, que té una trajectòria de més de vint anys formant diplomats i llicenciats ofereix la diplomatura de Turisme en base al bagatge i l'experiència adquirits en la formació de tècnics i professionals per a les empreses i considerant l'interès i la projecció que tindrà la formació específica en turisme ara i, especialment, de cara al futur.

Voldríem aprofitar aquesta presentació per encoratjar-te a treure el màxim rendiment de les possibilitats formatives i dels serveis que posem al teu abast: les pràctiques en empreses, l'oportunitat de realitzar el tercer curs de la diplomatura a l'estranger en el marc del programa d'intercanvis internacionals que tenim a l'efecte, de recórrer a les tutories que t'hem assignat i d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera.

Esperem, en definitiva, que aprofitis al màxim el teu pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que la teva estada hi sigui com més agradable i satisfactòria millor.

Amb aquests objectius treballem i restem a la teva disposició.

Facultat d'Empresa i Comunicació

LA FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix 13 titulacions:

- Diplomatura de Ciències Empresarials
- Diplomatura de Turisme
- Llicenciatura d'Administració i Direcció d'Empreses
- Llicenciatura de Comunicació Audiovisual
- Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques
- Llicenciatura de Periodisme
- Doble Titulació ADE – Publicitat i Relacions Públiques (en cinc anys)
- Doble Titulació Turisme - Publicitat i Relacions Públiques (en quatre anys)
- Grau en Administració i Direcció d'Empreses
- Grau en Comunicació Audiovisual
- Grau en Periodisme
- Grau en Publicitat i Relacions Públiques
- Doble grau ADE – Publicitat i Relacions Públiques (en sis anys)

La gestió ordinària en el govern de la Facultat correspon al Deganat, que delega les qüestions d'organització docent en el o la cap d'estudis.

La Facultat s'estructura en Deganat, Prefectura d'Estudis, Coordinació d'ensenyaments, departaments, àrees funcionals i secretaria. El Deganat és el màxim òrgan de govern de la Facultat; la Prefectura d'Estudis vetlla per l'organització acadèmica dels ensenyaments; els coordinadors d'ensenyament vetllen per l'organització de cada titulació; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn i la secretaria dona el suport administratiu.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la Secretaria de la Facultat són situats a la quarta planta de l'edifici F1.

Les àrees funcionals de la Facultat d'Empresa i Comunicació són:

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

Els departaments de la Facultat són:

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa
- Departament de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques

Òrgans de Govern

La gestió ordinària en el govern i administració de la Facultat correspon al Consell de Direcció, constituït pels següents càrrecs:

Degana
Adjunt a la degana per a la Comunicació
Cap d'Estudis
Coordinadors d'Ensenyament
Directors de Departament

També participen en el Consell de Direcció:

Responsable de Relacions Internacionals
Responsables de Recerca
Responsable de Formació Continuada
Responsable de Pràctiques

Departaments, Professorat i Professionals dels Serveis

Professorat

Departament d'Economia i Empresa:

Alejandra Aramayo García
Núria Arimany Serrat
Joan Bou i Geli
Jordi Casas Vilaró
Enric Casulleras Ambrós
Ariadna Codina Ylla
Sílvia Cordomi Saborit
Jose A. Corral Marfil
Josefina Damian Castellví
Ramon Fabre Vernedes
David Forcada Rifà
Josep Ll. García Domingo
Ramon Gisbert Gelonch
Ferran Gustau Jaen Coll
Raymond Lagonigro Bertran
Rafael Madariaga Sánchez
Anna Manrique Aumatell
Àngel Martínez Chamizo
Joan Carles Martori Cañas
Ramon Oller Piqué
Elisabet Paxau Tura
Anna M. Pérez Quintana
Albert Pol Miró
Carme Portet Boixaderas
Pere Pujadas Alzina
M. Antònia Pujol Famadas

Ramon Roig Solé
Anna M. Roma Vilanova
Manel Rovira Obradors
Anna Sabata Aliberch
Pilar Soldevila García
Josep Terradellas Cirera
Robert Vendrell Cirera
Xavier Vicente Soriano
Carme Viladecans Riera
Jesús Vinyes Vila

Departament de Comunicació: Eva Arderiu Pi
Oreste Attardi Colina
Judit Badia Peco
Sílvia Barrios Baena
Mar Binimelis Adell
Carolina Campalans Moncada
Eva Caro Domínguez
Montse Casas Arcarons
Irene Colom Valls
Ruth Contreras Espinosa
Eusebi Coromina Pou
Xavier Docampo Sellarès
Cristina Estrada Verdaguer
Óscar Fernández Ferrer
Efraín Foglia Romero
Amèlia Foraste
Maria Forga Martel
Gerard Franquesa Capdevila
Joan Frigola Reig
Jesús Galech Amillano
Oriol Gifra Durall
Arnau Gifreu Castells
Trinitat Gilbert
Irene García Medina
Daniel Gómez Cañete
Sònia González Molina
Zahaira González Romo
Santi Hausmann Farre
Martha Hincapié Uribe
Santiago Jordán Ávila
Diego Linares Romera
Lucía Litjmaer Paskvan
Jordi Llonch Massanes
Irene Llop
Ainara Mancebo Gabela
Guillem Marca Frances
Raúl Martínez Corcuera
Eulàlia Massana Molera
Santos Mateos Rusillo
Joan Millaret Valls

Henry Naranjo Pérez
Héctor Navarro Guere
Julio Panizo Alonso
Hugo Pardo Kuklinski
Cristina Perales García
Rosa Pons Cerdà
Jordi Ribot Puntí
Mon Rodríguez Amat
Carlos Scolari
Jordi Serrat Manén
Jaume Serrats Ollé
Sergi Solà Saña
Jordi Trassiera Rodríguez
Clara de Uribe Gil
Marc Vaillo Daniel
Conrad Xalabarder Voltas
Lluís Zayas Muñoz

Llengües, Ciències Socials i Jurídiques:

Francesc Baqué Puig
Alex Boso Gaspar
Josep Burgaya Riera
Gonçal Calle Rosingana
M. Carme Comas Puigdesens
Ignasi Coll Parra
Jordina Coromina Subirats
Montse Corrius Gimbert
M. Carme Crivillés Grau
Jordi De San Eugenio Vela
Josefina Domènech Rierola
Josep Gallart Bau
Miquel Genís Serra
Amadeu Grifoll Llurba
Josefina Guix Soldevila
Francesc Iglesias Riumallo
Emma Louise Hitchen
Teresa Julio Giménez
Félix Jurado Escobar
Sarah Khan
Manuel Llanas Pont
Anna Masferrer Giralt
Joan Masnou Suriñach
Sergi Massana Mas
Antoni Molas Casas
Daniel Nicholls
Anna M. Palomo Chinarro
Dolors Palomo Chinarro
Jose Carlos Piñero Pantin
Àngels Pinyana Garriga
Santi Ponce Vivet
Pere Quer Aiguadé

Llorenç Soldevila Balart
Eva Torrents Pujadas
Lourdes Vilardell Bujons

Professionals de serveis

Secretàries de centre: Alícia González i Moral
Cecília Vila Gaja
Montse Vivas i Llopart

Responsables de les àrees funcionals:

Relacions Internacionals: M. Àngels Pinyana

Recerca: Ramon Oller

Formació Continuada: Elisabet Paxau

Cap de Secretaria Acadèmica: Cristina Font

Secretaria Acadèmica del Centre: Imma Puig

CALENDARI ACADÈMIC

Docència 1r Q:

Del 28 de setembre al 20 de gener

Exàmens 1r Q:

Del 25 de gener al 12 de febrer

Docència 2n Q:

Del 15 de febrer al 2 de juny

Exàmens 2n Q:

Del 7 de juny al 2 de juliol

Exàmens setembre:

De l'1 al 10 de setembre

Dies festius:

1 de novembre de 2009, diumenge – Tots Sants

12 d'octubre de 2009, dilluns – El Pilar

5 de desembre de 2009, dissabte – Pont

7 de desembre de 2009, dilluns – Pont

8 de desembre de 2009, dimarts – La Puríssima

23 d'abril de 2010, divendres – Sant Jordi

24 d'abril de 2010, dissabte – Pont

1 de maig de 2010, dissabte – Festa del Treball

24 de maig de 2010, dilluns – Segona Pasqua

24 de juny de 2010, dijous – Sant Joan

25 de juny de 2010, divendres – Pont

26 de juny de 2010, dissabte – Pont

5 de juliol de 2010, dilluns – Festa Major

11 de setembre de 2010, dissabte – Diada Nacional

Vacances:

Nadal: del 23 de desembre de 2009 al 6 de gener de 2010, inclosos

Setmana Santa: del 27 de març al 5 d'abril de 2010, inclosos

ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

El pla d'estudis

El pla d'estudis estructura la diplomatura en tres cursos de dos quadrimestres cadascun amb una càrrega total de 198 crèdits entre teòrics i pràctics. El crèdit és la unitat de mesura de la càrrega acadèmica i equival a 10 hores de classe. Cada quadrimestre consta de 15 setmanes lectives. Es combinen assignatures quadrimestrals i assignatures anuals.

Els 198 crèdits totals estan distribuïts entre els diferents tipus d'assignatures i activitats de la següent manera:

Assignatures obligatòries	154 crèdits
Assignatures optatives	24 crèdits
Crèdits de lliure elecció	20 crèdits

Les assignatures **obligatòries** són aquelles que han de cursar tots els estudiants i que formen l'esquelet bàsic de la titulació.

Les assignatures **optatives** permeten a l'estudiant especialitzar el seu currículum en alguna de les àrees del món turístic en funció de les seves preferències i expectatives professionals.

Els crèdits de **lliure elecció** permeten a l'estudiant configurar de manera flexible la seva formació, bé aprofundint l'especialització o bé donant reconeixement acadèmic al desenvolupament d'altres activitats formatives.

Ordenació temporal

El quadre adjunt estableix l'ordre temporal en què es desenvolupa l'ensenyament.

SEGON CURS	C.A.		C.A.
3er Quadrimestre		4t Quadrimestre	
Organització i Gestió d'Empreses (Anual)	6		6
Anglès II (Anual)	4,5		4,5
Direcció i Gestió de Personal	6	Comptabilitat II	6
Patrimoni Cultural II	6	Dret Fiscal	6
Operacions i processos de producció	6	Optativa	6
Francès / Alemany II	6	Lliure Elecció	6
<i>Crèdits Totals</i>	<i>34,5</i>	<i>Crèdits Totals</i>	<i>34,5</i>

TERCERCURS	C.A.		C.A.
5è Quadrimestre		6è Quadrimestre	
Gestió Financera	6	Optativa	6
Optativa	6	Estructura de Mercats	6
Màrqueting Turístic	6	Legislació Turística	6
Lliure Elecció	8	Optativa	6
Practicum	10	Lliure Elecció	6
<i>Crèdits Totals</i>	<i>36</i>	<i>Crèdits Totals</i>	<i>30</i>

Els crèdits de lliure elecció

Els crèdits de lliure elecció han de permetre a l'estudiant configurar de manera flexible el seu currículum, bé aprofundint en alguna de les especialitzacions o bé donant reconeixement acadèmic a altres activitats formatives que complementin la formació pròpia de la titulació.

Per completar el total de crèdits de lliure elecció previstos al pla d'estudis, l'estudiant pot triar d'entre les següents modalitats:

A. Cursant assignatures. Que poden ser:

A.1. Assignatures específiques de lliure elecció que la Facultat ofereix

A.2. Qualsevol altra assignatura optativa de la mateixa titulació.

A.3. Qualsevol altra assignatura de la resta de centres de la Universitat de Vic sempre i quan el contingut no coincideixi en més d'un 20% amb assignatures cursades en la Diplomatura de Turisme.

B. Per reconeixement de crèdits per estudis acadèmics reglats de nivell universitari.

C. Per reconeixement de crèdits per altres activitats no reglades a nivell universitari. És la modalitat que permet reconèixer acadèmicament altres activitats formatives. L'estudiant ha de sol·licitar prèviament l'autorització llevat dels casos en què el reconeixement ja estigui previst. Són activitats d'aquest tipus:

C.1. Treballs acadèmicament dirigits. Són treballs que realitzen els estudiants sobre temes directament relacionats amb matèries del pla d'estudis i que es realitzen supervisats per un professor del centre.

C.2. Programes d'intercanvi universitari. Activitats realitzades en el marc de convenis signats entre universitats, centres de recerca o departaments.

C.3. Cursos d'Idiomes que no siguin els que l'estudiant cursa com a obligatoris o optatius en la titulació i que es realitzin a l'Escola d'Idiomes de la Universitat de Vic o en altres institucions amb les quals la UVic tingui signat conveni.

C.4. Cursos de la Universitat d'Estiu de la UVic.

El reconeixement de crèdits és el procediment administratiu que permet a l'estudiant incorporar la realització d'aquestes activitats al seu expedient acadèmic. No es tindran en compte les activitats que comportin un reconeixement inferior a un crèdit.

La Facultat ofereix un ampli ventall d'assignatures optatives que es corresponen als diferents àmbits de les activitats turístiques. Totes aquestes assignatures tenen una càrrega acadèmica de 6 crèdits, de manera que l'estudiant n'ha de triar 4 per completar els 24 crèdits optatius necessaris. A l'hora d'escollir quines assignatures optatives cursar, l'estudiant ha de considerar les preferències i expectatives profes-

sionals i també el quadrimestre i la franja horària en què es desenvolupen les assignatures. L'oferta per al curs, per franges horàries és:

ASSIGNATURES OPTATIVES	C.A.	QUAD.	CURS
Gestió Hotelera	6	2n	2n/3r
Patrimoni Turístic de Catalunya	6	2n	2n/3r
Gestió i Planificació de l'Oci	6	2n	3r
Sistemes d'Informació per a la Gestió Turística	6	2n	3r
ASSIGNATURES DE LLIURE ELECCIÓ	C.A.	QUAD.	CURS
Turisme i Medi Ambient	6	1r	2n/3r
Anglès III	8	1r	3r

Novetats i aspectes importants dels estudis de Turisme de la UVic

Després de set promocions de diplomats en Turisme l'experiència ens avala. Ens avala també el procés de millora contínua en el qual està immersa la Diplomatura. Les novetats i els aspectes rellevants de la Diplomatura de Turisme de la Universitat de Vic són:

- La certificació TEDQUAL de l'Organització Mundial del Turisme (OMT). Només hi ha quatre universitats a l'Estat espanyol amb la certificació TEDQUAL. La Universitat de Vic n'és una.
- Aquest any l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (Generalitat de Catalunya) ha analitzat el nivell dels estudis de la carrera de Turisme de la UVic. No solament han valorat molt positivament la certificació TEDQUAL i el nivell acadèmic de la titulació, sinó que van destacar els aspectes innovadors d'aquesta carrera:
 - . La incorporació d'un canvi metodològic orientat cap a la implantació del crèdit europeu. El crèdit europeu que serà obligatori a totes les universitats a partir del 2010 ja s'ha implantat als estudis de Turisme de la UVic.
 - . Ús de les noves tecnologies i mitjans audiovisuals a les aules. L'eina de treball dels estudiants és un ordinador portàtil.
 - . L'aposta decidida de la UVic per internacionalitzar els estudis de Turisme mitjançant el programa ERASMUS d'intercanvi amb universitats d'arreu del món.
 - . Pràctiques obligatòries a empreses i institucions rellevants del sector turístic com l'Organització Mundial del Turisme.

Relacions Internacionals

Estudiar a Europa

La Facultat, conscient de la gran importància que els estudiants tinguin un currículum internacional, ha signat convenis d'intercanvi amb altres universitats d'Europa. Mitjançant aquests convenis s'ofereix als estudiants de Turisme la possibilitat de cursar un any o un quadrimestre en una Universitat estrangera que imparteixi aquests estudis.

Qui pot ser candidat?

Els requisits indispensables per participar en el programa ERASMUS són:

- Estar matriculat com alumne/a de la Universitat de Vic.
- Tenir aprovats més del 40% dels crèdits de la Diplomatura de Turisme en la convocatòria de febrer.
- Tenir un mínim de 5 punts en els requisits de llengua.

Els estudiants que compleixin els requisits mínims passaran a formar part de la borsa d'estudiants que poden optar a un intercanvi ERASMUS. A partir d'aquí s'assignarà a l'estudiant una sèrie de punts en funció dels següents aspectes:

- Entrevista personal i exposició de motius: l'estudiant realitzarà una entrevista personal amb el coordinador de relacions internacionals i presentarà una exposició de motius pels quals demana formar part del programa d'intercanvis amb universitats europees i americanes.
- L'expedient acadèmic: a l'estudiant se li assignaran els punts equivalents a la seva mitjana segons l'expedient final després dels exàmens del mes de febrer.
- Els coneixements d'idiomes.
- Altres mèrits.

Programa d'estudis

Per a la convalidació del tercer any d'estudis en una Universitat europea cal obtenir un total de 60 crèdits si l'estada és d'un any, i de 30 crèdits si l'estada és d'un quadrimestre, segons la taula següent:

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES	CRÈDITS
Estructura de Mercats	6
Màrqueting Turístic	6
Gestió Financera	6
Legislació Turística	6
ASSIGNATURES OPTATIVES	
Optatives	24
ASSIGNATURES LLIURE ELECCIÓ	
Lliure Elecció	6

Les assignatures les determina el centre que imparteix la docència. Les institucions receptors d'estudiants poden exigir l'assistència obligatòria a assignatures diferents de les citades a la taula de crèdits mínims. Les institucions estrangeres on es poden cursar els estudis de Turisme són:

University of Luton (Anglaterra)
Buckinghamshire Chilterns University College (Anglaterra)
Trinity College Carmarthen (Gal·les, Gran Bretanya)
Fachhochschule Kempten (Alemanya)
Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer (Holanda)
Università degli studi di Milano (Itàlia)

Estudiar a Amèrica Llatina

EAECI (Agència Espanyola de Cooperació Internacional) aprova anualment una convocatòria específica d'ajudes d'intercanvi del programa de cooperació interuniversitari en l'àmbit iberoamericà de mobilitat d'estudiants universitaris de pregrau i de postgrau.

Els estudiants que participen en el programa col·laboren en l'execució d'activitats docents (tutories, seminaris, jornades, classes pràctiques, etc.) o d'investigació sota la direcció d'un professor de la Universitat de destí. El període de realització de les estades es mou entre els mesos de juliol i d'octubre.

Nota: Per a més informació de tots els programes, consulteu les pàgines d'intercanvis internacionals de la UVic.

Les tutories

La Facultat ofereix a tots els estudiants que comencen els estudis universitaris un servei de tutories que té per objectiu facilitar als estudiants la integració a la dinàmica universitària. La Facultat assigna a cada alumne un tutor, professor del centre, que l'assessora en els àmbits acadèmic, de futur professional i, si és el cas, personal. Òbviament, la utilització d'aquest servei és voluntari per part dels estudiants.

La Borsa de Treball

La Facultat disposa d'un servei de borsa de treball que canalitza les ofertes de llocs de treball que les empreses ens fan arribar i selecciona els currículums més ajustats. Aquest és un servei que posem al teu abast. Només has de fer arribar a la secretaria de la Facultat un currículum detallat, amb foto, especificant les àrees que són del teu interès.

Notes

- Juntament amb el full de matrícula us donaran un calendari dels exàmens de les assignatures de què us heu matriculat. Assegureu-vos que tots són compatibles.
- Per a tots els alumnes que esteu en disposició d'acabar els estudis, la Facultat celebra, a cada convocatòria una **sessió d'avaluació** on s'analitzen conjuntament els resultats acadèmics. Òbviament, les qualificacions de tots els alumnes en aquestes circumstàncies no són públiques fins després de la sessió.

– Els alumnes que tenen pendent menys d'un 10% del total dels crèdits de la carrera, i que ja han cursat alguna vegada totes les assignatures de què es matriculen, tenen dret a una convocatòria extraordinària de totes les assignatures. Excepcionalment es podran acollir a la convocatòria extraordinària aquells estudiants a qui només falti una assignatura per acabar la carrera.

Innovació metodològica i tecnològica

Després de dos cursos acadèmics treballant per a la millora qualitativa dels estudis de Turisme implantats a la Universitat de Vic¹, s'ha decidit apostar per un nou model d'ensenyament adaptat a l'entorn universitari internacional. La finalitat d'aquest projecte és la innovació i la millora de la qualitat docent de la Diplomatura de Turisme des de dues perspectives diferents i alhora complementàries: per una banda, incorporar un canvi metodològic orientat cap a la implantació del crèdit europeu (ECTS) i per l'altra, donar suport a aquest canvi mitjançant l'ús de noves tecnologies i mitjans audiovisuals.

Implantació del canvi metodològic orientat al sistema del crèdit europeu

Totes les assignatures dels tres cursos de Turisme s'imparteixen utilitzant la metodologia del sistema de crèdit europeu a través del qual la Universitat de Vic s'adapta a les noves tendències de l'ensenyament europeu.

Aquesta nova metodologia gira entorn l'aprenentatge de l'estudiant i combina les hores de classe magistrals del professor, les hores de treball dirigit i les hores de treball personal de l'estudiant.

L'objectiu que es pretén assolir és millorar el rendiment acadèmic dels estudiants a través de l'ensenyament que potencia les seves capacitats i habilitats de treball i la seva interrelació amb els professors.

Incorporació de l'ús de les noves tecnologies a l'aula

A la majoria d'assignatures de la Diplomatura de Turisme s'hi ha anat incorporant l'ús de les noves tecnologies, on cada estudiant utilitza l'ordinador portàtil com a eina de treball a bona part de les classes. No obstant això, durant els primers mesos del primer curs l'ús de les tecnologies està subjecte a la prèvia configuració de tots els ordinadors i de la xarxa sense fils.

Les assignatures que s'imparteixen utilitzant l'ordinador portàtil comptaran amb el software específic per poder treballar i la comunicació dins l'aula entre professor i estudiants serà on-line a través d'un punt d'accés sense fils.

Per tal de fer possible la implantació d'aquest nou mètode, la Universitat de Vic ha reduït el preu de la matrícula de la carrera de Turisme, la qual cosa facilita la compra de l'ordinador portàtil amb tot l'equipament necessari.

Els objectius que es persegueixen són incrementar la formació en noves tecnologies dels estudiants i apropar-los a la pràctica dels coneixements adquirits amb la teoria.

1. A través de l'obtenció de la certificació de qualitat TEDQUAL de la OMT i amb el procés d'avaluació interna i externa que s'ha dut a terme a través de la metodologia de l'Agència Catalana per a la Qualitat Universitària.

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE 2N CURS

Organització i Gestió d'Empreses

OBJECTIUS:

- Conèixer els elements bàsics de l'organització i gestió d'empreses turístiques.
- Integrar i aplicar conceptes i tècniques de gestió útils, per exemple, per analitzar i diagnosticar una situació estratègica, formular i implementar estratègies competitives, gestionar una cartera de negocis o desenvolupar nous productes.
- Practicar competències i habilitats directives clau en el sector turístic com relacionar-se, treballar en equip, negociar, emprendre i liderar.
- Desenvolupar una actitud reflexiva sobre les implicacions ètiques de les decisions i les accions.

CONTINGUT:

1. Empresa, empresari i sector turístic
 - 1.1 Conceptes d'empresa i empresari
 - 1.2 Els objectius de l'empresa
 - 1.3 Tipus d'empreses
 - 1.4 Les empreses del sector turístic
 - 1.5 Particularitats de les empreses turístiques
2. Els subsistemes de l'empresa turística
 - 2.1 Concepte de sistema
 - 2.2 Sistema i subsistemes
 - 2.3 L'empresa turística com a sistema
 - 2.4 Els subsistemes en l'empresa turística
 - 2.5 Subsistema de valors: responsabilitat social i ètica en l'empresa turística
3. L'entorn de l'empresa turística
 - 3.1 Concepte i tipus d'entorns
 - 3.2 L'entorn general de l'empresa turística
 - 3.3 L'entorn específic de l'empresa turística
 - 3.4 Delimitació del sector turístic
 - 3.5 Tendències de l'entorn turístic
4. L'administració de l'empresa turística
 - 4.1 El subsistema de direcció de l'empresa turística
 - 4.2 L'administració de l'empresa com a procés
 - 4.3 El directiu de l'empresa turística
 - 4.4 La presa de decisions en l'empresa turística
 - 4.5 Particularitats de l'administració d'empreses turístiques
5. Planificació i control en l'empresa turística
 - 5.1 La importància de la planificació en el sector turístic
 - 5.2 Els objectius de les empreses turístiques
 - 5.3 Instrumentalització de la planificació
 - 5.4 Concepte de control. Processos i tipus de control
 - 5.5 Eines de control en l'empresa turística
6. Organització de l'empresa turística
 - 6.1 Mecanismes de coordinació
 - 6.2 Parts fonamentals de l'organització
 - 6.3 Paràmetres de disseny organitzatiu

- 6.4 Factors de contingència
- 6.5 Configuracions estructurals
- 7. Gestió estratègica de l'empresa turística
 - 7.1 El concepte d'estratègia en l'empresa turística
 - 7.2 Planificació estratègica i nivells de l'estratègia
 - 7.3 Decisions estratègiques a nivell corporatiu en l'empresa turística
 - 7.4 Decisions estratègiques a nivell de negoci en l'empresa turística
 - 7.5 Les competències i habilitats en l'empresa turística

METODOLOGIA:

En aquesta assignatura es pretén limitar l'ús de la lliçó magistral a favor d'altres tècniques de formació més participatives. El professor exposarà els diferents temes a l'aula, però esquemàticament, ja que la major part de la documentació necessària per seguir l'assignatura estarà disponible des del principi. Així, com que l'estudiant disposarà dels apunts prèviament, podrà assistir a les sessions de classe havent-los llegit, i el temps de classe es podrà dedicar a la comprensió dels conceptes principals i a la seva posada en pràctica.

Es resoldran casos pràctics, es discutiran plantejaments de problemes de gestió empresarial, se solucionaran exercicis i s'escenificarà algun joc de rol. I en totes aquestes activitats la participació activa de l'estudiant serà imprescindible.

AVALUACIÓ:

La nota final es calcularà a partir de les qualificacions obtingudes en:

- L'examen final sobre els continguts del primer quadrimestre (50%).
- Les resolucions escrites i orals als diversos casos pràctics i activitats que es treballaran al llarg de l'assignatura (40%).
- La participació activa en les diverses activitats didàctiques (10%).

Caldrà aprovar cadascuna d'aquestes parts per separat per superar l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Casanueva, Cristóbal; *et al. Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide, 2000.
- Cuervo, Álvaro; *et al. Introducción a la administración de empresas*. Madrid: Civitas, 1996.
- Grant, Robert M. *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas, 1996.
- Mintzberg, Henry; *et al. El proceso estratégico. Edición europea revisada*. Madrid: Prentice Hall., 1999.
- Montaner, J. *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Pedreño, A. *et al. Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996.

Direcció i Gestió de Personal

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 1R

OBJECTIUS:

Pretenem que l'estudiant adquireixi i entengui els elements clau per tal que les persones que treballen a l'organització cooperin i facilitin l'èxit d'una empresa turística. Partim del principi que, especialment en les empreses de serveis, és el factor humà el que fa que una idea o un negoci tingui èxit o fracassi. Gestionar eficaçment les persones per saber-ne obtenir les millors aportacions és fonamental, però també ho és estructurar un marc organitzatiu i laboral que permeti el desenvolupament de les capacitats d'aquells que treballen a l'empresa.

METODOLOGIA :

El que s'experimenta no s'oblida. Per tant, la metodologia que emprarem en les classes és de caràcter actiu i participatiu. A partir d'un cas dissenyat especialment per a aquest curs anirem desenvolupant els diferents aspectes que afecten el personal. Anirem rebent informació i prenent decisions per configurar i resoldre els temes que es plantegen en el programa.

No únicament es contempla l'acció-reacció, sinó que procurarem portar, o anar a veure, exemples pràctics que amplïïn la visió del que es treballa a classe.

PROGRAMA:

- 1.- El marc de relacions laborals. Com la legalitat afecta el desenvolupament del projecte empresarial.
 - 1.1. Marc jurídicolaboral que regula les relacions empresa-treballador.
 - 1.2. Marc social que regula les relacions empresa-treballador.
 - 1.3. Els agents socials : Estat, empreses i sindicats.
- 2.- Models de disseny organitzatiu.
 - 2.1. Missió.
 - 2.2. Valors.
 - 2.3. Cultura d'empresa.
- 3.- Planificació de personal.
 - 3.1. Models de previsió de personal.
 - 3.2. Com crear un sistema de planificació de plantilla segons demanda.
 - 3.3. Models flexibles de treball.
 - 3.4. Reenginyeria de processos.
- 4.- El procés d'entrada i sortida de personal.
 - 4.1. Reclutament i selecció.
 - 4.2. Models i possibilitats de la contractació.
 - 4.3. Models complementaris de la contractació.
 - 4.4. Programa d'acollida i entrenament.
 - 4.5. Programes de reducció de personal.
 - 4.6. Sortida i recol·locació.
- 5.- La gestió dels llocs de treball.
 - 5.1. Organització i descripció del treball.
 - 5.2. Programes de formació.
 - 5.3. Direcció per objectius.
 - 5.4. Sistemes de retribució directa i indirecta.
 - 5.5. Com prendre decisions.
 - 5.6. El procés de millora contínua.

- 5.7. La negociació col·lectiva.
- 6.- La gestió de les persones.
 - 6.1. Clima laboral.
 - 6.2. Avaluació de la feina.
 - 6.3. Desenvolupament.
 - 6.4. Comunicació.
 - 6.5. Lideratge.
 - 6.6. Treball en equip.
 - 6.7. Qualitat de servei.
 - 6.8. Aprenentatge, creativitat i gestió del coneixement.
 - 6.9. Gestió del conflicte.
- 7.- El sistema d'avaluació de la gestió.
 - 7.1. Ratis i estadístiques fonamentals.
 - 7.2. Quadre de comandament.
 - 7.3. Indicadors del valor afegit.
 - 7.4. L'auditoria social i la intervenció en els processos de canvi.

AVALUACIÓ :

L'avaluació de l'assignatura és un procés continuat i resultat de la participació que l'estudiant desenvolupa a la classe: les seves idees, l'intercanvi de conceptes, la pròpia actitud d'obertura a l'aprenentatge, la qualitat de la participació, etc. Tot això complementat amb un breu i sintètic examen final com a cloenda del material i les experiències que s'han treballat a classe.

BIBLIOGRAFIA :

- Peters, Tom. *Nuevas organizaciones en tiempos de caos*. Bilbao: Deusto, 1994.
- Peretti, Jean-Marie. *Todos somos directores de Recursos Humanos*. Barcelona: Gestión 2000, 1997.
- Handy, Charles. *Más allá de la certidumbre*. Apóstrofe, 1997.
- Gretz, Karl i Drozdeck, Steven. *Aproveche la creatividad de sus empleados*. Madrid: MacGraw-Hill, 1994.
- Aedipe. *La dimensión humana de la empresa del futuro*. Bilbao: Deusto, 1992.
- Covey, Stephen R. *Los siete hábitos de la gente eficaz*. Barcelona: Paidós, 1992.
- Semler, Ricardo. *Radical*. Barcelona: Gestión 2000, 1996.

Patrimoni Cultural II

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: I^r

OBJECTIUS:

L'apropament al patrimoni cultural d'Occident des del Renaixement fins a l'actualitat. La matèria no s'impartirà des d'una perspectiva purament conceptual sinó que posarà l'èmfasi en el conjunt de valors artístics i culturals dels diferents àmbits geogràfics.

PROGRAMA:

1.- El món modern

- 1.1. Florència i Milà com a exemples del primer renaixement
- 1.2. La consolidació renaixentista: les ciutats de Roma i Venècia
- 1.3. La ruta de plateresc: Granada, Toledo, Valladolid, Salamanca
- 1.4. La cort de Felip II: El Escorial
- 1.5. França: els castells del Loira
- 1.6. Museu: Galeria Uffizi a Florència, Museu del Duomo a Florència, Museu Bargello a Florència, Galeria de l'Acadèmia a Florència, Pinacoteca Brera a Milà, Museus del Louvre a París, National Gallery a Londres, Museu del Prado a Madrid, Museu Nacional d'Escultura a Valladolid...
- 1.7. Una ciutat barroca: Roma
- 1.8. Ruta del barroc a França: París i el conjunt urbà de Versalles
- 1.9. Ruta del barroc a Anglaterra: Greenwich, Londres...
- 1.10. Ruta del barroc a Àustria, Alemanya i Rep. Txeca: Viena, Salzburg, Dresden, Praga...
- 1.11. Ruta del barroc espanyol: Granada, Múrcia, València, Madrid, Saragossa, Santiago de Compostela
- 1.12. Principals ciutats barroques d'Amèrica: Mèxic DF, Guadalupe, Taxco, Cholula, Puebla i San Martín de Tpotzotlan a Mèxic; Antigua a Guatemala; Bogotà a Colòmbia; Quito a Ecuador; Lima, Cuzco i Arequipa a Perú; Córdoba a Argentina; Ouro-Preto, Recife i Salvador de Bahia a Brasil
- 1.13. Museus: Museu del Louvre a París, Galeria Uffizi a Florència, Galeria Pitti a Florència, Galeria Borghese a Roma, Museu del Prado a Madrid, Museu Bellas Artes de Sevilla, Museu Nacional d'Escultura a Valladolid, National Gallery a Londres, Museu Ermitage a Sant Petersburg, Rijksmuseum a Amsterdam, Frans Halsmuseum a l'Haia, Alte Pinakothek a Múnic...

2.- Cap al món contemporani

- 2.1. La recuperació de l'arquitectura clàssica a les ciutats de París, Berlín, Londres i Madrid
- 2.2. Algunes mostres d'arquitectura neoclàssica als EUA: Washington, Nova York...
- 2.3. Algunes mostres d'arquitectura del ferro: Londres, Sevilla, Madrid, Barcelona, Biscaia, Bilbao, Milà, París...
- 2.4. Chicago: una ciutat del segle XIX
- 2.5. Itinerari per la Catalunya modernista
- 2.6. Altres ciutats modernistes: París, Brussel·les i Viena
- 2.7. Museus: Museu del Prado a Madrid, Museu Romànic a Madrid, Museu d'Art Modern a Barcelona, National Gallery a Londres, Tate Gallery a Londres, Kunsthalle a Hamburg, Staatliche Museen a Berlín, Museu del Louvre a París, Museu d'Orsay a París, Museu de l'Art Modern a París, Art Institute a Chicago...

3. El segle XX

- 3.1. Nova York, Sidney i Tòquio com a exemples de l'arquitectura del segle XX
- 3.2. La Barcelona contemporània

- 3.3. Museus: Metropolitan Museum a Nova York, MOMA a Nova York, Museu Guggenheim a Nova York i a Bilbao, Tate Gallery a Londres, Stedelijk Museum a Amsterdam, Museu de l'Art Modern a París, Museu Nacional a Oslo, Museu d'Art Abstracte Espanyol a Conca, IVAM a València, Museu Dalí a Figueres, Col·lecció Thyssen a Barcelona i a Madrid, Museu Nacional Reina Sofia a Madrid, Fundació Miró a Barcelona, Museu Picasso a Barcelona, Fundació Tàpies a Barcelona, MACBA a Barcelona

METODOLOGIA:

En aquesta assignatura de modalitat única (presencial) es combinaran les classes teòriques amb altres més pràctiques de treball dirigit, elaboració de rutes, recerca, anàlisi d'obres...

AVALUACIO:

Al final del quadrimestre es farà un examen final per avaluar el grau de coneixement del programa i de les lectures fixades. Amb anterioritat s'hauran avaluat els continguts parcials a través de: treballs monogràfics, elaboració de rutes, comentari de textos, anàlisi d'obres, recensió de llibres...

Els alumnes que no es presentin a l'examen final o que no l'aprovin, es podran examinar en una segona convocatòria de curs que es farà pel juny o bé pel setembre.

BIBLIOGRAFIA:

Història Universal de l'Art. Barcelona: Planeta, 1993. 11 vols.

Història de l'art català. Barcelona: Ed. 62, 1990. 8 vols.

Chadwick, W.: *Mujer, arte y sociedad*. Barcelona: Destino, 1992.

Fischer, E.: *La necesidad del arte*. Barcelona: Península, 1978.

Gombrich, E.: *Historia del Arte*. Madrid: Debate, 1995.

Hauser, A.: *Historia social de la literatura y del arte*. Madrid: Guadarrama, 1969. 2 vols.

Pevsner, N.: *Esquema de la arquitectura europea*. Buenos Aires: Infinito, 1957. 2 vols.

Pijoan, J. i altres autors: *Summa Artis, Historia General del Arte*. Madrid: Espasa-Calpe, 1979. 25 vols.

Venturi, L.: *Historia de la crítica del Arte*. Barcelona: GG, 1979.

Wittkower, R.: *La escultura: procesos y principios*. Madrid: Alianza, 1981.

Woodford, S.: *Cómo mirar un cuadro*. Barcelona: GG, 1985.

Zevi, B.: *Saber ver la arquitectura*. Barcelona: Poseidon, 1979.

Dret Fiscal

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

OBJECTIUS:

Proporcionar als alumnes uns fonaments i unes bases àmplies sobre el sistema impositiu espanyol actual, incidint de manera especial sobre els tributs relacionats amb l'empresa i específicament amb les activitats turístiques.

PROGRAMA:

Tema 1. Introducció

- 1.1. Introducció al Dret Tributari.
- 1.2. Classes de tributs.
- 1.3. Principals conceptes de la relació juridicotributària.
- 1.4. Elements configuradors dels tributs: fet imposable, subjecte passiu, base imposable, tipus impositius, quota íntegra, deduccions, retencions.
- 1.5. Procediments tributaris: gestió tributària, comprovació i investigació, recaptació, recursos-reclamacions, infraccions i sancions tributàries.

Tema 2. Impost sobre el valor afegit

- 2.1. Introducció i àmbit d'aplicació.
- 2.2. Fet imposable i no subjecció.
- 2.3. Exempcions interiors.
- 2.4. Exportacions
- 2.5. Operacions intracomunitàries.
- 2.6. Lloc de realització, meritació, subjecte passiu i repercussió.
- 2.7. Base imposable, tipus impositius.
- 2.8. Deduccions i devolucions.
- 2.9. Règims especials.
- 2.10. Obligacions formals.

Tema 3. Impost de societats

- 3.1. Introducció i àmbit d'aplicació.
- 3.2. Fet imposable
- 3.3. Subjecte passiu per obligació personal i real.
- 3.4. Ajustaments al resultat comptable.
- 3.5. Base imposable i tipus impositius.
- 3.6. Deduccions de la quota.
- 3.7. Règims especials.

Tema 4. Impost de la renda de les persones físiques

- 4.1. Àmbit d'aplicació i fet imposable.
- 4.2. Subjecte passiu per obligació personal i real, unitat familiar.
- 4.3. Base imposable:
 - rendiments del treball personal.
 - rendiments del capital immobiliari.
 - rendiments del capital mobiliari.
 - rendiments d'activitats empresarials i professionals, règim d'estimació directa simplificada i mòduls.
 - increments i disminucions de patrimoni.
- 4.4. Reduccions. Deduccions de la quota.

4.5. Gestió de l'impost.

Tema 5. Impost del patrimoni

5.1. Fet imposable i àmbit d'aplicació.

5.2. Subjecte passiu.

5.3. Normes de valoració dels béns, drets i deutes.

5.4. Deduccions de la quota.

Tema 6. Impost de successions i donacions

6.1. Naturalesa de l'impost.

6.2. Fet imposable i subjecte passiu.

6.3. Base imposable.

6.4. Reduccions i base liquidable.

6.5. Deduccions de la quota.

AVALUACIÓ:

Un examen final teòric i pràctic.

BIBLIOGRAFIA:

Albi Ibañez, J. *Sistema fiscal español*. Barcelona: Ariel, 1997.

Bejarano, M. Arcila, M. *Régimen fiscal de la empresa*. Madrid: Tecnos, 1997.

Queralt, M. Serrano, J. *Curso de derecho financiero y tributario*. Madrid: Tecnos, 1997.

Llei general tributària.

Comptabilitat II

PROFESSORAT: Elisabet PAXAU i TURA
Anna SABATA i ALIBERCH

CRÈDITS: 6
QUATRIMESTRE: Quart

OBJECTIUS:

L'objectiu d'aquesta assignatura és doble. D'una banda, que l'estudiant adquireixi les habilitats per poder realitzar una anàlisi dels estats comptables i financers de l'empresa, amb l'aplicació dels instruments i tècniques pròpies d'aquesta àrea, per poder obtenir una informació que sigui útil per prendre decisions. D'altra banda, obtenir els coneixements necessaris per poder implantar un sistema de comptabilitat de costos en una unitat econòmica, que se centrarà principalment en el sector de l'hosteleria i empreses turístiques. En cadascun dels estadis que comporta la determinació dels costos, s'estudiaran els diferents criteris d'imputació a l'objecte de cost, així com també la seva rellevància en la presa de decisions.

PROGRAMA:

- 1.- L'anàlisi d'estats comptables
 - 1.1. El concepte d'anàlisi d'estats comptables
 - 1.2. Els principis comptables i les normes de valoració
 - 1.3. El balanç
 - 1.4. El compte de resultats
- 2.- Anàlisi de la situació financera a curt termini
 - 2.1. Objectius de l'anàlisi de la situació financera a curt termini
 - 2.2. Fons de maniobra o capital circulant
 - 2.3. Ràtios de solvència
 - 2.4. Ràtio de rotació dels clients (termini de cobrament)
 - 2.5. Ràtio de rotació dels proveïdors (termini de pagament)
- 3.- Anàlisi de la situació financera a llarg termini
 - 3.1. Objectius de l'anàlisi de la situació financera a llarg termini
 - 3.2. Estudi de l'actiu
 - 3.3. Estudi del passiu
- 4.- Anàlisi del compte de resultats
 - 4.1. Objectiu de l'anàlisi del compte de resultats
 - 4.2. Anàlisi del compte de resultats
 - 4.3. Rendibilitat financera o rendibilitat dels fons propis
 - 4.4. Rendibilitat econòmica o rendiment
 - 4.5. Ràtios relacionats amb el compte de resultats
- 5.- La comptabilitat analítica
 - 5.1. Usuaris de la informació comptable
 - 5.2. Comptabilitat de costos i comptabilitat financera
 - 5.3. Conceptes fonamentals de la comptabilitat interna
 - 5.4. Resultat intern i resultat extern
 - 5.5. Enllaç de la comptabilitat externa amb la comptabilitat interna
- 6.- Teoria del cost i elements formatius del cost
 - 6.1. Concepte de cost
 - 6.2. Classes de cost

- 6.3. Costos directes
- 6.4. Costos indirectes
- 7.- El cicle comptable de la comptabilitat de costos
 - 7.1. La classificació dels costos
 - 7.2. La localització dels costos
 - 7.3. La imputació dels costos
 - 7.4. El resultat intern
- 8.- Els sistemes de costos
 - 8.1. El sistema de cost complet
 - 8.2. Els sistema de cost per imputació racional
 - 8.3. El sistema de cost variable
 - 8.4. Direct Costing. La presa de decisions d'explotació
- 9.- L'anàlisi cost-volum-benefici
 - 9.1. Hipòtesis bàsiques de l'anàlisi cost-volum-benefici
 - 9.2. El Punt Mort
 - 9.3. El Marge de Seguretat
 - 9.4. El Punt Mort per a l'empresa multiproducte
- 10.- Els pressupostos
 - 10.1. El sistema pressupostari
 - 10.2. El cost estàndard
 - 10.3. Les desviacions

METODOLOGIA:

És una assignatura eminentment pràctica i es fonamenta en pràctiques guiades una vegada s'ha estudiat la part teòrica de cada tema. En aquest sentit, per tal de poder fer un seguiment de cada estudiant, l'assignatura s'imparteix en modalitat presencial.

La part pràctica de l'assignatura es plantejarà de la següent manera:

- Realització de pràctiques guiades durant les hores de treball dirigit.
- Aplicació pràctica amb tot el grup mitjançant l'ús del programa EXCEL.
- Realització de treballs pràctics durant les hores de treball personal de l'estudiant per entregar a la professora.

AVALUACIÓ:

Els elements d'avaluació seran l'adquisició de coneixements teòrics, així com l'aplicació pràctica d'aquests coneixements, i també l'assistència i participació en les sessions de classe i en les sessions de treball dirigit.

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit mitjançant un examen al final del quadrimestre. Donat que l'assignatura s'estructura en dues parts, la part d'anàlisi i la part de comptabilitat de costos, es realitzaran preguntes teòriques i pràctiques de cada part, i caldrà obtenir un mínim de 4 per fer nota mitjana. La nota de l'examen final representa un 70% de la nota final, i també s'exigirà un mínim de 4 per poder aprovar l'assignatura.

Per altra banda, s'avaluarà l'aprenentatge dels continguts parcials a través de:

- Pràctiques guiades durant les hores de treball dirigit: 10%
- Treballs pràctics a entregar: 20%

BIBLIOGRAFIA:

- Paxau, E. i Pérez, A. *Costos empresarials i control de gestió. Casos pràctics*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Aranda, A. W. Aranguren, J.: *Contabilitat analítica de explotació*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces. 1996.
- Aranda, A. W. *Contabilidad Analítica*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Oller, J.: *Contabilidad de costes para agencias de viajes, hoteles, campings*. Madrid: Síntesis, 1994.

Urías Valiente, Jesus. *Análisis de estados financieros*. McGraw-Hill, 1995.
Amat, Oriol. *Análisis de estados financieros*. Ediciones Gestión 2000, 1996.
Gay, J.M., Goxens, M. Angeles. *Análisis de estados contables*. Prince Hall, 1999.

Operacions i Processos de Producció

CRÈDITS: 6

PROFESSOR: Sergi Massana i Mas

QUADRIMESTRE: Primer

PRESENCIAL/ SEMIPRESENCIAL: Presencial

OBJECTIUS

Objectius generals: Centrar i fixar en l'alumne els conceptes fonamentals de les empreses del sector turístic, la seva història, la seva funció, els seus objectius y les primeres conclusions sobre el seu procés productiu, i confirmar que tota empresa sorgeix i viu perquè és capaç de crear, comercialitzar i prestar un producte o servei que la identifica i la defineix. I això ho farem primer per a les agències de viatges i després també per a altres empreses del sector com les companyies aèries i marítimes, els allotjaments, etcètera.

Objectius didàctics: Que els estudiants coneguin en tota la seva extensió les característiques i l'important paper que desenvolupen les agències de viatges i les altres empreses del sector en l'activitat turística global. Aprendre així l'operativa de creació, comercialització, cotització de tarifes, reserva i extracció de benefici dels diferents productes i serveis turístics, atès que són tècniques que qualsevol futur professional del sector haurà de conèixer i dominar.

Objectius finals: Amb aquesta assignatura, a banda de donar eines i conceptes professionals bàsics per tal d'inserir-se en una empresa del sector turístic, tractarem també de transmetre als futurs professionals del sector el suficient senti crític sobre el futur del propi sector i dels actuals sistemes operatius, tot obrint-los els ulls al canvi permanent i aprofundint en el compromís social amb els llocs receptors així com amb la seva societat i amb els processos de qualitat i millora continuada.

PROGRAMA

PRIMERA PART: Fonaments del turisme i les agències de viatges

- 1.- Evolució de l'activitat viatgera al món
- 2.- Evolució del sector turístic a Espanya
- 3.- L'organització de viatges. El producte (o paquet) turístic
 - 3.1.- Disseny i creació del producte
 - 3.2.- Comercialització del producte
 - 3.3.- L'elaboració de producte. El producte propi
 - 3.4.- Casos pràctics i càlcul del Punt Mort
- 4.- Concepte, evolució i funcions de les Agències de Viatges
 - 4.1.- Assessora
 - 4.2.- Mediadora
 - 4.3.- Productora
 - 4.4.- Comercialitzadora
 - 4.6.- Asseguradora. Les assegurances turístiques
- 5.- Classificació i tipologies d'Agències de Viatges
 - 5.1.- Touoperadors o majoristes (Wholesalers)
 - 5.2.- Minoristes (Retrailer)
 - 5.3.- Majoristes-Minoristes
 - 5.4.- Emissores (Outgoing)
 - 5.5.- Receptives (Incoming)
 - 5.6.- Emissores-Receptores
 - 5.7.- Especialitzades
 - 5.8.- In-plant

- 5.9.- Franquícies
- 5.10.- Virtuals (Internet)
- 5.11.- Associacions d'Agències i grups de compra
- 6.- Documentació i fonts d'informació
- 7.- Requisits d'instal·lació i funcionament

SEGONA PART: Els processos productius de les diferents empreses del sector

- 8.- El transport ferroviari
- 9.- El transport aeri
 - 9.1.- Organismes i convenis que regulen el sector (IATA)
 - 9.2.- Tipus de vols, tipus d'aeroports i codis APT
 - 9.3.- Les diferents tipologies de companyies i serveis (xàrter, baix cost)
 - 9.4.- Aliances estratègiques i futur del sector.
- 10.- El transport aquàtic (marítim i fluvial)
- 11.- El transport per carretera
- 12.- Els allotjaments
- 13.- Els serveis turístics complementaris

METODOLOGIA

L'assignatura s'imparteix amb el sistema de crèdit europeu (ECTS) amb la qual cosa aproximadament entre el 70 i el 75% de les sessions seran teòriques i l'altre 25 - 30 % seran pràctiques, però de la següent manera: la primera part del programa serà molt més teòrica i només tindrà algunes sessions pràctiques puntuals, mentre que, contràriament, la segona part del programa serà molt més pràctica i alternarà amb una sessió de cada.

- La part teòrica es basa en la presa d'apunts de les explicacions donades i dialogades a classe. El professor podrà facilitar materials i recomanar bibliografies per reforçar els aspectes donats a classe o ampliar les mancances del temari.
- La part pràctica es centrarà en treballar a l'aula material i documentació fictícia que després utilitzaran al món laboral. Elaboració de documentació necessària per a un viatge, interpretació dels diferents catàlegs de producte de majoristes o de producte propi, etcètera. Així com també recercar el funcionament i el sistema productiu i operatiu de diferents tipus d'empreses del sector.

AVALUACIÓ

Hi haurà un examen al finalitzar el quadrimestre sobre els continguts teòrics de l'assignatura que representarà un 50 % de la nota final. El 50 % restant sortirà dels diferents treballs i exercicis que es facin al llarg del curs. Es valorarà també positivament l'assistència i la participació a classe.

BIBLIOGRAFIA

Manuels de Consulta

- Albert, Isabel: *Gestión y Técnicas de Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.
- González, M. Angeles: *Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.
- Bayón, Fernando; Martín, Inmaculada: *Operaciones y Procesos de Producción en el Sector Turístico*. Madrid: Síntesis, 2004.

Revistes

- Editur Catalunya*. Butlletí professional del turisme. Barcelona.
- Savia-Amadeus*. Butlletí professional de companyies aèries i agències de viatges. Madrid.
- Iberia Plus*. Editada per Iberia Líneas Aéreas de España. Madrid.

Enllaços d' Internet

<http://www.gencat.es/turisme/normativa>

Aeri

<http://www.castelldefels.com>
(informació de l'aeroport de BCN, mapes visuals)
<http://www.aena.es>
<http://www.iberia.com>

Tren

<http://www.renfe.es>
<http://www.iberrail.es>
<http://www.alandalusexpreso.com>
<http://www.transcantabrico.feve.es>
<http://www.imsdestinos.com>
(Cadena Marriott Hotels, Orient Express)

Vaixell

<http://www.festivalcruises.com>
<http://www.latitud4.com>
<http://www.costacruises.net>
<http://www.royalcaribbean.com>

Carretera

<http://www.pepecar.com>

Hotels

<http://www.imsdestinos.com>
<http://www.concorde-hotels.com>

Cotxes

<http://www.europcar.es>
<http://www.atesa.es>
<http://www.hertz.es>

Anglès II

CURS: Anual

OBJECTIUS:

L'objectiu general es que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en un context professional. El curs pretén assolir una competència comunicativa de nivell intermedi-alt i aprofundir en el coneixement del vocabulari específic del sector turístic a partir de situacions que simulen la realitat del turisme i les empreses turístiques en la societat actual.

Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en el següents punts:

- a) adquirir una competència lingüística suficient per comunicar-se amb desimboltura en situacions relacionades amb el sector turístic.
- b) millorar la pronunciació en la comunicació oral
- c) adquirir habilitats per comprendre una conversa o una explicació oral, tant pel que fa a la globalitat del missatge com a la comprensió d'informació específica.
- d) aprofundir en l'adquisició del lèxic específic de les àrees de comunicació tractades en el curs per a la comprensió i expressió oral i escrita
- e) interpretar i produir cartes comercials i textos relacionats amb el sector turístic.
- f) fomentar tècniques d'autoaprenentatge aplicades a un entorn multimèdia.

METODOLOGIA:

La metodologia didàctica emprada es correspon a l'ensenyament-aprenentatge funcional d'una segona llengua. L'assignatura Anglès 2 s'impartirà segons la modalitat de crèdit europeu, en què l'estudiant disposarà d'un pla de treball per a cada unitat didàctica del curs que especificarà la programació temporal, els objectius de la unitat didàctica (lingüístics, vocabulari i fonètica) les activitats i l'avaluació.

En aquesta assignatura s'utilitzaran diverses eines informàtiques, generals i específiques, per a l'aplicació pràctica dels coneixements que es vagin adquirint. Pel que fa a eines de treball generals, es pretén que l'estudiant es beneficiï d'un entorn multimèdia, en la mesura que li permeti incorporar l'autoaprenentatge i l'autoavaluació com a part del seu procés educatiu.

PROGRAMA:

Temes i àrees de comunicació

- 1- History of tourism
- 2- Tourist profiles
- 3- Festivals
- 4- The geography of tourism
- 5- Reasons for travelling
- 6- Statistics and graphs
- 7- Holiday types
- 8- Visas
- 9- Tour operation
- 10- Air travel
- 11- Travel by sea and river
- 12- Travel by road and rail

Continguts lingüístics:

- 1- Escoltar: l'objectiu d'aquesta secció és fomentar la pràctica auditiva de l'anglès parlat i desenvolupar estratègies per millorar-ne la comprensió oral. Els estudiants hauran de poder entendre textos o diàlegs i extreure informació específica, identificar temes i extreure idees generals.

- 2- Parlar: els estudiants es trobaran en situacions i tasques habituals en un entorn turístic.
- 3- Llegir: els estudiants hauran de llegir textos relacionats amb els temes esmentats. També hauran de llegir dos llibres durant el curs.
- 4- Escriure: els estudiants hauran de produir descripcions de llocs d'interès turístic, descriure gràfiques, explicar celebracions i festes, i altres tipus d'escrits relacionats amb els temes del curs.
- 5- Gramàtica:
 - 5.1 Revision of tenses and passive voice
 - 5.2 Relative pronouns
 - 5.3 Gerunds and infinitives
 - 5.4 Comparison, contrast and reinforcement
 - 5.5 Sequence linkers
 - 5.6 Modals: obligation, lack of obligation and permission
 - 5.7 Advising and making suggestions
 - 5.8 Dealing with problems: Sympathising and calming
 - 5.9 Reported Speech
 - 5.10 Conditionals
 - 5.11 Reason/result and cause/effect linkers
- 6- Vocabulari relacionat amb els temes i àrees de comunicació esmentades.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el **grau d'aprenentatge global** aconseguit al final mitjançant un examen al final de curs. Aquest examen consta de dues parts (comprensió i expressió oral) i una prova escrita. Aquest examen representa el 60% de la nota final (no es farà la mitjana quan l'estudiant tingui una nota inferior al 4/10 a l'examen final.)

D'altra banda, s'avaluarà l'**aprenentatge de continguts parcials** a través de:

- control de lectura de dos llibres (15%)
- presentació oral (10%)
- exercicis presentats durant el curs (15%)

A la segona convocatòria, el 100% de la nota s'obtindrà a partir d'un examen que constarà de dues parts (part oral i part escrita) però que inclourà també una presentació oral i un control dels llibres de lectura. En cas que l'estudiant hagi aprovat la presentació i/o l'examen de lectura, se li guardarà la nota.

MATERIAL:

Llibre de text: Harding, K. *Going International. English for Tourism* (Course book). O.U.P., 2001

- 2 Llibres de lectura:
- Primer Quadrimestre: *Per confirmar*
- Segon Quadrimestre: *Per confirmar*

BIBLIOGRAFIA:

Diccionaris

Oxford Advanced Learners Dictionary. Ed. OUP, 2000.

Collin, P.H. (Ed.) *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Peter Collin Publishing, 1996.

Galimberti Jarman, Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*. Ed. OUP, 1994.

MacMillan English Dictionary For Advanced Learners. Ed. MacMillan, 2002

Gramàtiques

Emmerson, P., *Business Grammar Builder*. Macmillan, 2002.

Vince, M. *First Certificate Language Practice with answers*. MacMillan, 2003.

Francès II

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 3r

OBJECTIUS:

A Francès II s'aprofundeix en el coneixement de la llengua francesa assolit a Francès I. Al final del curs, l'estudiant, ha d'haver assolit unes competències pròximes a les descrites al nivell A2 del Marc europeu comú de referència. Així ha de ser capaç de parlar sobre temes referits a ell mateix, comunicar per telèfon, comunicar a un restaurant, a les estacions, aeroports, comerços, hotels, bancs... I també ha de saber fer gestions senzilles durant viatges de negocis, escriure correus electrònics, notes, cartes senzilles, relacionar-se en situacions corrents de la vida professional, parlar de la pròpia empresa, de la pròpia activitat, seguir i donar instruccions i resoldre problemes de la vida quotidiana. Així mateix l'estudiant ha d'adquirir el vocabulari de francès professional inclòs als continguts professionals i socioculturals del programa.

PROGRAMA:

Continguts lingüístics:

1. Exposició oral i comprensió oral.
2. Gramàtica, ortografia (dictat) i vocabulari.

Continguts professionals i socioculturals:

1. "Voilà votre clé!": organitzar una estada en un hotel i allotjar-se.
2. "Vous avez choisi?": comunicar-se dins d'un restaurant.
3. "Ce poste est pour vous!": competències professionals.
4. "Objectif entreprise": presentar una empresa.

METODOLOGIA

L'ensenyament-aprenentatge de la llengua francesa en la nostra assignatura té dos vessants complementaris. D'una banda el vessant lingüístic de la llengua francesa en l'ordre fònic, gramatical i lèxic. De l'altra banda el vessant del món professional i social francòfon, referit especialment al vocabulari. La metodologia d'ensenyament-aprenentatge és construïda a l'entorn de les situacions més recurrents de la vida quotidiana i professional. L'aprenent és el protagonista del seu aprenentatge: confrontat a situacions imaginàries, l'aprenent passa a l'acció comprenent diàlegs primer, memoritzant-los després, dramatitzant-los tot seguit i finalment creant-ne de propis. Les activitats realitzades a classe són majoritàriament orals. Com que l'assignatura Francès II s'imparteix segons la modalitat anomenada crèdit europeu l'estudiant disposa d'un pla de treball per a cada unitat didàctica.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i global. L'avaluació es determina a partir dels següents exercicis de classe: exposició oral, comprensió oral, ortografia (dictat), gramàtica i coneixements de francès professionals i socioculturals. Cada exercici representa un 20 % de la qualificació. L'examen final és per als estudiants que prefereixen aquesta modalitat d'avaluació, per als que no segueixen les classes amb assiduitat; i, per als que, per qualsevol causa, no es presenten o no aproven els exercicis de classe de més amunt. Els continguts i els criteris d'avaluació de l'examen final són els mateixos que els dels exercicis de l'avaluació continuada.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:

Tauzin, Béatrice; Dubois, Anne-Lyse. *Objectif express. Le monde professionnel en français*. Paris: Hachette Français Langue Etrangère, 2005. 1e édition, 192 p. ISBN 2.01.155427.6

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

Gramàtica francesa de referència: Grégoire, Maïa; Thévenaz, Odile. *Grammaire progressive du français*.

Paris. Clé International, edició de 1995 o posteriors.

Diccionari monolingüe francès de referència. Recomanem el *Micro Robert* de l'editorial Robert.

Diccionari bilingüe català-francès, francès-català de referència. Recomanem el *Diccionari Compact* de l'editorial Larousse.

Alemanys II

QUADRIMESTRE: 1r

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El principal objectiu de l'assignatura Alemanys II és que l'alumnat sigui capaç d'expressar i comprendre, tant per escrit com oralment, missatges senzills en alemany relacionats amb el context professional empresarial i turístic. En el transcurs de l'assignatura, i per tal d'assolir l'objectiu abans esmentat, es posarà especial èmfasi en el treball de certes competències que facilitin a l'alumnat l'aprenentatge de l'alemany dins l'aula i fora d'ella. Així, en finalitzar el curs, l'alumnat haurà de ser capaç d'organitzar i planificar el seu estudi, de saber fer recerca d'informació i gestionar-la, i de treballar en grup. Pel que fa als aspectes socioculturals, l'alumnat haurà de poder apreciar alguns dels costums dels països de parla alemanya.

CONTINGUTS:

Continguts comunicatius:

- Descriure el camí
- Demanar i donar informació sobre horaris de trens i vols
- Fer una proposta, acceptar-la i rebutjar-la
- Reservar i confirmar un viatge
- Comparar productes
- Organitzar i canviar una cita
- Organitzar un viatge
- Fer reclamacions

Continguts gramaticals:

- El "Perfekt"
- Els verbs modals en present i passat
- Lús i conjugació dels verbs modals
- Els graus de l'adjectiu: la comparació i el superlatiu
- La declinació de l'adjectiu
- Les preposicions amb valor temporal
- Frases subordinades causals
- L'imperatiu: usos i formes verbals
- Construcció d'infinitiu amb "zu"
- Construcció amb "wenn"
- Preposicions amb valor temporal i local

Continguts socioculturals:

En el transcurs del curs l'alumnat treballarà alguns aspectes socioculturals dels països de parla alemanya.

Continguts de fonètica:

- Els diftongs
- Les consonants

METODOLOGIA:

L'assignatura és basa en la pràctica dels coneixements adquirits al llarg del curs. És una assignatura presencial que segueix les pautes del sistema de crèdit europeu. L'alumnat disposarà d'un pla de treball en el qual s'especifiquen els objectius, continguts, hores de contacte i hores de treball personal.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura és continuada. En la nota final es consideraran els resultats dels exercicis de classe, a més de valorar el treball personal i la participació de l'alumnat. Qui no superi o no pugui seguir l'avaluació continuada té l'opció de fer un examen final. A continuació detallem els percentatges d'avaluació de les diferents parts:

- Comprensió i expressió oral: 30%
- Comprensió i expressió escrita: 30%
- Gramàtica i vocabulari: 20%
- Treball personal: 10%
- Llibre de lectura: 10%

BIBLIOGRAFIA OBLIGATÒRIA:

Becker, N. et al. *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Lehrbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675740-5

Becker, N. et al., *Unternehmen Deutsch: Grundkurs Arbeitsbuch*. Stuttgart: Ernst Klett, 2004. ISBN:3-12-675741-3

Llibre de lectura graduat en alemany (nivell 1):

Felix und Theo. Oktoberfest de l'editorial Langenscheidt.

BIBLIOGRAFIA RECOMANDA:

Gramàtiques de referència amb exercicis:

Castell, Andreu. *Gramática de la lengua alemana*. Madrid: Editorial Idiomas, 1997.

Castell, Andreu; Braucek, Brigitte. *Gramática de la lengua alemana (Ejercicios)*. Madrid: Editorial Idiomas, 2000.

Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

Reimann, Monika. *Grundstufen-Grammatik für Deutsch als Fremdsprache: Schlüssel*. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2000.

Diccionari bilingüe recomanat:

Diccionari Bàsic Català-Alemany / Alemany-Català de l'editorial Enciclopèdia Catalana.

Diccionari monolingüe recomanat:

Kompaktwörterbuch Deutsch als Fremdsprache de l'editorial PONS.

ASSIGNATURES OBLIGATÒRIES DE TERCER CURS

Estructura de Mercats Turístics

OBJECTIU:

Conèixer el sistema d'estructuració del mercat turístic, els mètodes principals per obtenir informació del mateix i saber-los utilitzar per tal de portar a terme totes les fases d'una investigació de mercats. Al final del curs l'estudiant ha d'entendre el mercat del sector turístic, com es comporta, com aconseguir informació i com transformar-la per tal que sigui útil a l'hora de prendre decisions.

PROGRAMA:

1a part:

Base teòrica per tal de portar a terme una investigació de mercats

Tema 1. Introducció a l'estructura de mercats turístics. Definició de mercat: oferta/demanda. Estructura i formes de competència. Macrotendències.

Tema 2. Introducció a la investigació de mercats. Definició i camps d'aplicació.

Tema 3. El procés d'investigació

Tema 4. Fonts d'informació

Tema 5. Fonts d'informació secundàries

Tema 6. Mètodes qualitius

Tema 7. L'observació

Tema 8. Les enquestes

Tema 9. Disseny del qüestionari

Tema 10. Mostreig

Tema 11. Cvi Networking

Tema 12. Introducció al treball de recerca: procés, redacció i presentació

Tema 13. Treball de camp

2a part:

Combinació d'hores de classe, sessions de treball dirigit i treball personal en grups per tal de desenvolupar un projecte d'investigació personal (el PIP).

L'objectiu del PIP és el d'aplicar la investigació de mercats a un cas real, que a més a més us serveixi per a reflexionar sobre el vostre futur professional i ajudar-vos a prendre decisions al respecte. Molts dels aspectes que es tractaran estan relacionats amb l'assignatura de Direcció i Gestió de Personal (Francesc Baqué).

El PIP es plantejarà a principi de curs i, tot i que es començarà a treballar des del primer dia, el gruix de la feina començarà aproximadament a partir de la 6^a setmana de classe.

Fases del PIP:

1. Fase que es desenvoluparà durant les cinc primeres setmanes de curs, paral·lelament a les classes teòriques.
 - Definició del vostre lloc de treball ideal
 - Definició del problema a investigar
 - Plantejament de fonts d'informació a utilitzar
 - Inici de la recerca de dades a través de les fonts d'informació secundàries
 - Plantejament de mètodes d'investigació qualitativa utilitzar
 - Ampliació d'informació sobre la investigació qualitativa escollida
 - Inici de la recerca de candidats per a la investigació qualitativa

- Definició completa de l'esquema del treball
- 2. Fase que es desenvoluparà a partir de la 12^a setmana de curs.
 - Disseny del pla de tabulació de les dades recollides
 - Entrada de les dades a Excel
 - Anàlisi de les dades recollides
 - Concreció de les plantilles per a la tècnica qualitativa
 - Realització tècnica qualitativa
 - Anàlisi resultats tècnica qualitativa
 - Redacció informe

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura es farà en base als següents criteris:

10% - Treball personal de l'estudiant (a part del PIP).

10% - Sessions de treball dirigit: atenció i participació

10% - Prova de capacitació

70% - PIP. Assoliment dels objectius, estructura i redacció de l'informe, disseny de l'estratègia i presentació.

BIBLIOGRAFIA:

Aaker, D.A. i Dai G.S. *Investigación de mercados* McGraw-Hill.

Brunt P. *Market research in Travel and Tourism*. Butterworth Heinemann.

Kinnear T. *Investigación de mercados*. McGraw-Hill

Miquel S. *Investigación de mercados*. Madrid: McGraw-Hill

Ortega E. *Manual de Investigación comercial*. Madrid: Pirámide.

Veal A.J. *Research Methods for leisure and tourism*. Financial times Management

Publicacions de la Direcció general de Turisme. Generalitat de Catalunya.

Publicacions de la Direcció general de turisme. Ministeri d'economia i hisenda.

Eusebi Coromines, Xavier Casacuberta i Dolors Quintana *El treball de recerca*. Eumo Editorial.

Josep Francesc Valls *Las claves del mercado turístico*. Deusto Turismo.

F.J. Vallina *Investigación i marketing*

L.Masson *Les tendances émergentes dans les comportements des consommateurs en Europe*. Revue Francaise de Marketing.

Màrqueting Turístic

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: I^r

OBJECTIUS:

Adquirir els coneixements de màrqueting aplicats i lligats als objectius de l'empresa turística. L'assignatura inclou la realització pràctica d'un Pla de Màrqueting.

PROGRAMA:

1.-Introducció al Màrqueting:

- Concepte de Màrqueting
- Característiques
- Especificitats del Màrqueting de Serveis

2.-Anàlisi de l'entorn

- Econòmic, social, tecnològic...
- Característiques del nou entorn

3.-Anàlisi del mercat

- Concepte de mercat
- Tipus de consumidors turístics
- Procés de compra
- Demanda turística mundial, espanyola i catalana

4.-Anàlisi de la competència:

- Benchmarking

5.-Anàlisi Interna

- Destinacions turístiques
- Organitzacions turístiques

6.-Diagnosi competitiva

- Destinació Turística vs empresa
- Anàlisi SWOT

7.-Objectius i estratègies

- La visió de Porter. Crítiques.
- Estratègies en un entorn global

8.-Segmentació

- Concepte
- Variables i criteris de segmentació
- Estratègies de segmentació

9.-Posicionament

- Concepte
- Atributs de posicionament
- Propostes de posicionament

10.-Màrqueting mix: Model CISMA

11.-Serveis

- Servucció
- Estructuració dels serveis
- Cicle de vida dels serveis turístics

12.-Preus

- Estratègies de preus
- Mètodes de fixació de preus

- Discriminació de preus al sector turístic
- 13.-Comunicació
 - La Comunicació a l'empresa turística
 - La Publicitat
 - El Màrqueting Directe
 - Les Relacions Públiques
 - Altres activitats comunicacionals
- 14.-La intermediació en el sector turístic
 - Els canals de distribució del producte turístic
 - Creació d'una estratègia de comercialització turística
- 15.-Màrqueting Intern
 - Concepte
 - Importància del Màrqueting Intern en els serveis
 - La cultura corporativa
- 16.-Cooperació Públic-Privat
 - La seva necessitat
 - Entitats: Patronats, Consorcis, SA, etc.
- 17.-Qualitat
 - Concepte
 - Evolució històrica
 - La qualitat al sector turístic

METODOLOGIA:

L'assignatura està concebuda de manera que combini la teoria amb experiències pràctiques reals del sector turístic. Així doncs, la majoria de sessions constaran d'una part teòrica i una part pràctica.

Paral·lelament a les classes, els alumnes hauran de realitzar comentaris de lectures, resoldre diversos casos i dur a terme un Pla de Màrqueting. Aquest treball s'estructurarà de la següent forma:

- Es faran grups de 5 persones
- Cada grup haurà d'escollir un dels següents temes:
 - a) Hotel rural
 - b) Hotel vacacional
 - c) Destinació turística emergent
 - d) Destinació turística madura
 - e) Oferta complementària
- S'haurà de presentar un informe escrit abans de la última sessió de l'assignatura.
- Les dues últimes sessions de l'assignatura es dedicaran a la presentació oral, davant d'un tribunal, dels Plans de Màrqueting.

BIBLIOGRAFIA:

- Iglesias, O; Cerveró, J; Villacampa, O. *Màrqueting Turístic*. Vic: Eumo Editorial, 2001.
- Gröngross, C. *Marketing, gestión y servicios*. Madrid: Diaz de Santos, 1994.
- Kotler, P. *Dirección de marketing*. Prentice-Hall, 1994.
- Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Mèxic: Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.
- Muñoz, F. *Marketing Turístico*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.
- Ries, A; Trout, J. *Las 22 leyes inmutables del marketing*. McGraw Hill, 1993.
- Valls, J.F. *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Deusto Turismo, 1996.

Gestió Financera

QUADRIMESTRE: 1er

OBJECTIUS:

Aconseguir que l'estudiant assoleixi les competències genèriques, que es poden desglossar en instrumentals, personals i sistèmiques, i les competències específiques que es detallen a continuació:

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

Instrumentals

- Capacitat d'anàlisi i de síntesi
- Capacitat d'organització i planificació
- Capacitat per a la resolució de problemes
- Capacitat per prendre decisions

Personals

- Capacitat per a treballar en equip
- Treball en un equip de caràcter interdisciplinari

Sistèmiques

- Capacitat d'aprenentatge autònom
- Capacitat d'adaptació a noves situacions

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

- L'alumne ha d'assolir les següents competències:

- 1) Pel que fa a l'anàlisi d'estats comptables ha de ser competent en la confecció i interpretació d'un balanç i un compte de resultats així com conèixer les principals tècniques d'anàlisi d'estats comptables.
- 2) En relació a les fonts de finançament ha de conèixer les que pot utilitzar una empresa per finançar una determinada inversió i quines són les característiques més importants de cadascuna.
- 3) Pel que fa als estats financers previsionals es pretén que l'estudiant sàpiga realitzar i interpretar un pressupost de tresoreria i un compte de resultats previsional. També es demana a l'alumne que realitzi una planificació financera d'una empresa del sector turístic.
- 4) En relació a les inversions que pot realitzar una empresa ha de saber elaborar un projecte d'inversió, un projecte de finançament i un projecte agregat i conèixer els diferents mètodes que existeixen per poder valorar aquestes inversions.

CONTINGUTS:

Tema 1. Anàlisi d'estats financers

- 1.1. Balanç de situació
- 1.2. Compte de resultats
- 1.3. Anàlisi d'estats financers

Tema 2. Les fonts de finançament

- 2.1. Les fonts de finançament: concepte i classes
- 2.2. Finançament extern
 - 2.2.1. Finançament propi
 - 2.2.2. Finançament aliè
 - 2.2.3. Mercat de títols
 - 2.2.4. Mercat de capitals
- 2.3. Finançament intern

Tema 3. Planificació financera

- 3.1. Concepte de pressupost
- 3.2. Classes de pressupost
- 3.2. Pressupost del compte de resultats o compte de resultats previsional
- 3.3. Pressupost de tresoreria
- Tema 4. Projectes d'inversió
- 4.1. Projectes d'inversió
- 4.2. Projectes de finançament
- 4.3. Cost de capital
- 4.4. Projectes agregats
- Tema 5. Valoració dels projectes d'inversió
- 5.1. Selecció i valoració de projectes d'inversió
 - 5.1.1. Aspectes a tenir en compte
 - 5.1.2. Valor final net
 - 5.1.3. Valor actual net
 - 5.1.4. Taxa de rendibilitat interna
 - 5.1.5. Termini de recuperació
- 5.2. Particularitats del projectes d'inversió.

METODOLOGIA:

És una assignatura eminentment pràctica i que s'imparteix en modalitat únicament presencial.

En les **sessions de classes** el professor explicarà els coneixements teòrics necessaris per poder posteriorment resoldre els casos pràctics. La transmissió d'aquests coneixements teòrics s'adreça a tot el grup. En les **hores de treball dirigit** es realitzaran els casos pràctics dels diferents temes així com la lectura d'algun article de revistes especialitzades el contingut del qual estigui molt directament relacionat amb el que s'explica en aquesta assignatura. També es destinarà una part d'aquestes sessions a explicar a l'estudiant com ha d'elaborar el treball de planificació financera.

Es recomana a l'estudiant que dediqui cada setmana **unes hores de treball personal** a aquesta assignatura per anar consolidant el coneixements adquirits en cadascun dels diferents temes, preparant i realitzant exercicis, fent resums i esquemes de les explicacions teòriques, etc.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el grau d'aprenentatge global aconseguit i consta de:

- Un examen al final del quadrimestre. **Val un 60%** de la nota inclou una part teòrica i una part pràctica. La part teòrica es portarà a terme mitjançant un examen tipus test amb una sola resposta correcta (25%). La part pràctica inclou la resolució d'una sèrie de casos pràctics (75%).
- Realització de casos pràctics corresponents a exercicis d'exàmens que es realitzaran durant les hores de treball dirigit. **Val un 20%** de la nota.
- Treball de planificació financera. Es realitzarà, de forma individual o en grups d'un màxim de dues persones, un treball en el que s'haurà de preparar la informació necessària per poder elaborar posteriorment una sèrie de pressupostos. Es donarà a classe més informació sobre la realització del treball. **Val un 20 %** de la nota.

Per poder aprovar l'assignatura i fer la mitjana cal aprovar cadascuna de les tres parts.

Les condicions d'avaluació són les mateixes tan en primera com en segona convocatòria.

BIBLIOGRAFIA:

Bàsica:

Amat, O. *Análisis de estados financieros. Fundamentos y aplicaciones*. Barcelona: Gestión 2000.

Amat Salas, J.M. *Planificación financiera*. Eada Gestión.

Amat Salas, J.M. *Control Presupuestario*. Gestión 2000

Amat Salas, O. *Contabilidad y finanzas de boletes*. Eada Gestión.
Fabre, R. *Selecció d'inversions*. Vic: Eumo Editorial, 1993.
Suarez, A. *Decisiones óptimas de inversión y financiación*. Madrid: Pirámide, 1996.

Complementària:

Antich Corgos, J; Moya Claramunt, M. *Gestión financiera. Edición para técnicos en empresas turísticas*.
Editorial Síntesis.
Ferruz, L. *Dirección Financiera*. Barcelona: Gestión 2000, 1997.
Pla General de Comptabilitat
Omeñaca García, J. *Contabilidad general*. Bilbao: Deusto.
Perez Carballo, A. i J.; Vela Sastre, E. *Principios de gestión financiera*. Alianza Universidad Textos.

Legislació Turística

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

OBJECTIUS:

No existeix entre les diferents branques del dret una disciplina autònoma en matèria de turisme; i això malgrat que Espanya se situa entre les primeres potències turístiques mundials. Si a més al fet de que a la legislació estatal sobre l'esmentada matèria, s'ha d'afegir l'autonòmica (derivada de la constitucionalització de l'estat de les autonomies), ens trobem davant l'existència de diferents instàncies amb potestat normativa i, en conseqüència, amb una gran dispersitat i diversitat de normes.

Així mateix, la matèria turística no podem emmarcar-la en una sola disciplina del dret, si no que es troba a cavall entre el Dret Administratiu i el Dret Mercantil. La primera regula tot el que fa referència a l'organització, foment i disciplina de l'activitat turística, mentre que la segona s'ocupa de l'estatut jurídic de les empreses turístiques, els contractes celebrats per aquestes i la seva responsabilitat front tercers.

L'objectiu de la present assignatura és fer un recorregut per les esmentades instàncies amb potestat normativa, fent una especial referència a les de la nostra comunitat autònoma que, entre altres, va aprovar la llei 13/2002, de 21 de juny de Turisme de Catalunya.

PROGRAMA:

1. Introducció al Dret Turístic.

- 1.1. Manca de regulació específica en matèria turística.
- 1.2. El Dret Administratiu i el Dret Mercantil com a disciplines que integren el «Dret Turístic».
- 1.3. El Dret Administratiu. Concepte, contingut i fonts.
- 1.4. El Dret Mercantil. Concepte, contingut i fonts.

2. La Constitució Espanyola.

- 2.1. La descentralització de l'Estat. L'Estat de les autonomies.
- 2.2. La divisió de poders.
- 2.3. La potestat normativa de les diferents instàncies en matèria turística.
- 2.4. Especial referència a la potestat normativa de la comunitat autònoma catalana.

3. L'Administració Pública.

- 3.1. L'administració central de l'estat.
- 3.2. L'administració de les comunitats autònomes. Especial referència a la C.A. Catalana.
- 3.3. L'administració local.
- 3.4. Les administracions institucionals.
- 3.5. L'administració perifèrica.

4. L'administració de l'Estat. Organització de l'administració turística espanyola i catalana

- 4.1. El Ministeri d'Economia. La Secretaria d'Estat de Comerç i Turisme. La Secretaria General de Turisme. Les Subsecretaries Generals i l'Institut d'Estudis Turístics
- 4.2. Òrgans autònoms adscrits al Ministeri d'Economia i Hisenda. TURESPAÑA
- 4.3. El Departament de Treball, Indústria, Comerç i Turisme. La Direcció General de Turisme. La subdirecció General de Turisme. Els diferents serveis

5. L'Estatut Ordenador de les Empreses i Activitats Turístiques Privades.

- 5.1. Les Empreses Turístiques
- 5.2. Les Activitats Turístiques.

6. La llei de Turisme de Catalunya (Llei 13/2002, de 21 de juny)

- 6.1. Àmbit d'aplicació
- 6.2. Recursos turístics

- 6.3. Subjectes turístics: empresaris i usuaris turístics
- 6.4. Administracions turístiques
- 7. Normativa turística en matèria d'allotjaments. Normativa estatal i autonòmica
 - 7.1 Establiments hotelers
 - Grup Hotels
 - Grup Pensions
 - 7.2. Establiments extrahotelers.
 - Apartaments
 - Càmpings
 - Residències. Cases de pagès
- 8. Normativa turística en matèria d'agències de viatges. Normativa estatal i autonòmica
- 9. Normativa turística en matèria d'oficines de turisme. Normativa estatal i autonòmica
- 10. Normativa turística en matèria de guies de turisme. Normativa estatal i autonòmica
- 11. Normativa turística en matèria de restaurants i cafeteries. Normativa estatal i autonòmica
- 12. Protecció del consumidor en matèria turística. Normativa estatal i autonòmica

AVALUACIÓ:

Durant el curs, i dintre de les hores de contacte amb els alumnes, es faran treballs dirigits. Al final del quadrimestre hi haurà l'examen final de l'assignatura. L'examen comptarà un 80%, mentre que el 20% restant de la nota s'obtindrà pels treballs dirigits que es produeixin durant el curs.

BIBLIOGRAFIA:

Legislació turística bàsica.

Constitució Espanyola.

Aparicio, Miguel Ángel. *Introducción al sistema político y constitucional español*. Barcelona. Ariel. 1984.

López Guerra, L. *Introducción al dret constitucional*. València. Tirant Lo Blanch. 1995.

Dominguez Moliner, F. *Derecho administrativo y legislación turística*. Centro de Estudios Ramón Areces, 1995.

Arcarons Simon, R. *Manual de derecho administrativo turístico*. Madrid: Síntesis, 1994.

ASSIGNATURES OPTATIVES

Patrimoni Turístic de Catalunya

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: 2n

CURS: 2n / 3r

PROFESSORS: S. Massana

PRESENCIAL/ SEMIPRESENCIAL: Presencial

OBJECTIUS:

Objectius generals: donar a conèixer una visió del que és Catalunya i de quin és el seu patrimoni, tant natural, com històric, artístic o paisatgístic. Al mateix temps s'analitzaran les diferents rutes turístiques, i/o amb possibilitats turístiques, que hi ha en cadascun dels àmbits geogràfics del país.

Objectius didàctics: que l'estudiant aprengui a trobar tota la informació que necessita sobre qualsevol lloc del país (mitjançant eines varies com ara Internet, premsa, bibliografia, etc.). I que després sàpiga valorar, processar, interpretar, usar i comunicar adequadament tota aquesta informació per tal d'assessorar, guiar o il·lustrar a terceres persones.

CONTINGUTS:

1. Introducció

1.1. Definició i conservació del Patrimoni Cultural Català. Catalunya en els grans moments històrics i culturals universals.

1.2. Definició de l'espai català. Model territorial i administratiu de Catalunya.

2. Alt Pirineu.

Recursos culturals i territorials: Cerdanya, Alt Urgell, Andorra, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Alta Ribagorça i Vall d'Aran.

3. Terres de Ponent.

Recursos culturals i territorials: Segrià, Noguera, Urgell, Pla d'Urgell, Garrigues i Segarra.

4. Catalunya Central.

Recursos culturals i territorials: Bages, Berguedà, Solsonès, Anoia, Osona i Ripollès.

5. Comarques de Girona i Costa Brava.

Recursos culturals i territorials: Gironès, Pla de l'Estany, Garrotxa, Selva, Alt Empordà i Baix Empordà.

6. Regió Metropolitana.

Recursos culturals i territorials: Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Occidental, Vallès Oriental, Maresme, Alt Penedès i Garraf.

7. Camp de Tarragona i Costa Daurada.

Recursos culturals i territorials: Tarragonès, Alt Camp, Baix Camp, Baix Penedès, Priorat i Conca de Barberà.

8. Terres de l'Ebre.

Recursos culturals i territorials: Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta.

METODOLOGIA:

En aquesta assignatura de modalitat única (presencial) es combinaran les classes teòriques a l'aula, impartides pel professor, i les sessions pràctiques de treball amb tot el grup, un subgrup o realitzant tutories individualitzades.

AVALUACIÓ:

La nota final serà la mitjana entre els petits treballs encarregats a classe i el treball final de curs. Es valorarà l'assistència i la participació a classe. L'avaluació continuada (amb participació i fent els treballs) acaba amb la convocatòria de juny. La recuperació de setembre i les següents convocatòries seran sempre amb examen.

BIBLIOGRAFIA:

- Atlas de la Gran Enciclopèdia Catalana* (vàries edicions). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- Història de l'art català*. 8 vols. Barcelona: Edicions 62, 1990.
- Mapa de Parcs naturals i altres espais protegits* (vàries edicions). Generalitat de Catalunya. Barcelona: Institut Cartogràfic de Catalunya.
- Bartomeu, Josep *Guia del Romànic Català*. Montserrat: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1990.
- Buron, Vicenç *Esglésies i castells romànics del Pirineu Català i Andorra*. Tremp: Garsineu, 1994.
- Cahner, Max. Dir. *Gran Geografia comarcal de Catalunya*. 15 vols. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1991-1996.
- Defontaines, Pierre *Geografia dels Països Catalans*. Barcelona: Ariel, 1978.
- Direcció General del Patrimoni Cultural, Servei del Patrimoni Arquitectònic de Catalunya: *Catàleg de monuments i conjunts històrico-artístics de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura.
- Gómez, J.; Quijano, C. *Rutas e itinerarios turísticos en España*. Madrid: Síntesis, 1992.
- Institut Estadístic de Catalunya: *Anuari de Catalunya*. Barcelona: Departament de Governació de la Generalitat de Catalunya.
- Lacuesta, R.; González, A. *Arquitectura modernista en Cataluña*. Barcelona: Editorial GG, 1990.
- Mendoza, Cristina i Eduardo *Barcelona Modernista*. Barcelona: Planeta, 1989.
- Parès, E.; Borràs, B. (dirs.) *Parcs Naturals de Catalunya*. Col. "Som i Serem" n. 10. Barcelona: Departament d'Agricultura Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya. Edicions 62, 1997.
- Rebollo, A. *Historia del arte y del patrimonio cultural en España*. Madrid: Síntesis, 1997.
- Varela, J.R.; Lòpez, F.; Pagès, J.; Varela, A.; Bertrán, R. *Geografia de Catalunya*. Barcelona: Columna, 1990.
- Vilà, J.; Sarrión, J. *El sentit històric de la comarca a Catalunya*. Barcelona: Departament de Governació, Direcció General d'Administració Local. Viena Serveis Editorials, 1992.

Gestió Hotelera

QUADRIMESTRE: 2n

OBJECTIUS:

Que l'estudiant assoleixi les capacitats i habilitats per gestionar operativament els diferents departaments d'un establiment hotel·ler. Mètodes per aconseguir un major apropament al client i satisfer-lo d'acord amb les seves expectatives i necessitats.

Amb la metodologia proposada de Crèdit Europeu l'estudiant ha de desenvolupar la dinàmica de grups i la capacitat d'anàlisi.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

Amb aquesta assignatura l'estudiant ha de ser capaç de:

- Entendre, conèixer i relacionar els principals conceptes vinculats al sector hotel·ler.
- Conèixer el vocabulari específic relacionat amb el sector hotel·ler.
- Conèixer les relacions que es produeixen entre l'establiment hotel·ler amb l'exterior i les relacions internes.
- Utilitzar informació estadística per elaborar pronòstics. Capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Desenvolupar les relacions interpersonals. Treball en equip.
- Aprendre a anticipar-se als problemes i a resoldre'ls.
- Ha de ser capaç de valorar la gran importància d'assolir la satisfacció de les expectatives del client.
- Conèixer les eines per a planificar, organitzar i liderar un equip de treball motivat, amb un objectiu primordial: la Qualitat.

CONTINGUT:

Bloc I. Introducció al sector hotel·ler. Conceptes bàsics per comprendre el sector turístic hotel·ler: tipus d'allotjaments, estructura organitzativa i normativa vigent.

Tema 1. Sector turístic hotel·ler

Tema 2. Estructura organitzativa d'un establiment hotel·ler

Tema 3. Layout d'un Hotel

Bloc II. Departaments i processos del *Front Office*. Conèixer els processos necessaris en les accions que comporten un tracte directe amb el client i poder satisfer amb èxit les seves expectatives.

Tema 4. Recepció

Tema 5. Reserves

Tema 6. Atenció al client

Bloc III. Processos dels departaments interns. Gestió dels processos de les diferents àrees funcionals que no comporten un contacte directe amb el client, però que són part fonamental del servei global de l'establiment hotel·ler.

Tema 7. Pisos

Tema 8. Bugaderia

Tema 9. Alimentació i Beguda: Economat i Bodega

Tema 10. Alimentació i Beguda: Cuina i Restauració

Tema 11. Manteniment

Tema 12. Seguretat

Tema 17. Animació hotel·lera

Bloc IV. Departaments i processos del *Back Office*. Assolir coneixements en temes de suport per a una bona gestió hotel·lera. Definició de processos, competències i capacitats de la direcció hotel·lera per liderar amb èxit un equip humà.

Tema 13. Administració i Comptabilitat

Tema 14. Màrqueting i Vendes

Tema 15. Recursos Humans

Tema 16. Direcció

METODOLOGIA:

És una assignatura de modalitat presencial en la qual es combinarà la part teòrica dels cursos amb la pràctica.

Les hores de contacte del professor amb l'estudiant es distribuïran entre les sessions de classe amb tot el grup i les hores de treball dirigit amb tot el grup i amb els subgrups.

La pràctica de l'assignatura es realitzarà tant durant les hores de contacte del professor amb l'estudiant com durant les hores de treball personal del mateix a través de:

- La realització d'un treball escrit en grup tutoritzat durant les hores de treball dirigit.
- La realització de comentaris de notícies com a treball escrit individual.
- El treball en grup d'activitats referents a temes explicats.
- L'exposició del treball escrit en grup durant les sessions de classe.

AVALUACIÓ:

Formaran part de la nota final la participació a classe, la presentació del comentaris o exercicis i del treball i l'examen final.

El treball escrit tindrà un valor del 50% de la nota final.

La presentació oral es valorarà amb un 10% de la nota final.

La presentació dels exercicis tindrà un valor del 10% de la nota final.

L'examen es valorarà amb un 30% de la nota final.

És imprescindible que les notes obtingudes en l'apartat de treball escrit i d'examen siguin d'aprobat per tal d'aprovar l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA.

Jean-Pierre Poulain i Gabriel Larrose. *Abrégé d'Ingénierie Hôtelière et Touristique*. L. Téditions J. Lanore.

Lluís Mesalles. *El Jefe de Recepción*. SA de Ediciones.

Suzanne Stewart Weissinger. *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid: Paraninfo.

Juan R. Mestres Soler. *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Gestión 2000.

Jesús Felipe Gallego. *Dirección estratégica en los Hoteles del siglo XXI*. McGraw-Hill Interamericana.

Jesús Felipe Gallego. *Gestión de Hoteles. Una nueva visión*. Madrid: Paraninfo.

Lydia Gonzalez i Pilar Talón. *Dirección Hotelera. Operaciones y procesos*. Madrid: Síntesis.

Domènec Biosca. *100 Formas de hurtar honorablemente en hosteleria...como evitarlo*. Ciencias de la Dirección.

Josep Cerveró-Oriol Iglesias-Olga Villacampa. *Marketing Turístico*. Barcelona: EUB-Octaedro.

Jose Antonio de Urbina. *El gran libro del Protocolo*. Temas de Hoy

Francisco García Ortiz, Mario Gil Muela i Pedro Pablo García Ortiz. *Técnicas de Servicio y Atención al Cliente*. Madrid: Paraninfo.

INTERNET:

<http://www.idescat.es/estbasiq/conjuntura/hotels/hotels.stm>

<http://www.dormirenhispania.com/>

<http://www.boletin-turistico.com/>

<http://www.gencat.net/turisme/normativa/home.htm>

http://revista.consumer.es/web/es/20030401/actualidad/tema_de_portada/58804_4.php

REVISTES:
Gestión en H
Emprendedores

ALTRES:
ISO 9001:2000 Guia de la qualitat. Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (CIDEM).
Normas de calidad para hoteles y apartamentos. ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española).

Gestió i Planificació de l'Oci

CURS: 3r

QUADRIMESTRE: 2n

CRÈDITS: 6

PROFESSOR/A: Anna Palomo

PRESENCIAL/SEMIPRESENCIAL: Presencial

OBJECTIUS:

- En primer lloc, fer una introducció als conceptes d'oci i de temps lliure així com a la seva evolució històrica. Conèixer quines són les funcions de l'oci actual, les seves dimensions com a motor de desenvolupament personal i les principals manifestacions de l'oci actual.
- En segon lloc, conèixer l'estructura de la societat i el perfil dels consumidors de lleure, fent especial èmfasi al context espanyol i català. Tanmateix es tractarà el tema de la desigualtat social en relació a l'oci i el turisme.
- En tercer lloc, descriure quin és el procés que s'ha de seguir per crear una nova empresa perquè sigui un projecte viable. No obstant això, i tenint en compte que els estudiants són de la Diplomatura de Turisme, aquest projecte empresarial serà aplicat al sector de l'oci turístic.

CONTINGUTS:

1. Introducció. Aspectes introductoris. El concepte de turisme. Evolució històrico-sociològica.
2. El temps lliure.
3. L'oci i les seves funcions.
4. Les diferents dimensions de l'oci actual com a motor de desenvolupament personal.
5. Manifestacions de l'oci en la societat actual.
6. Estructura de la societat i demanda turística.
7. Anàlisi de les polítiques d'oci.
8. Procés de creació i posada en marxa d'un nou producte d'oci.
9. Creació d'empreses. Pla d'empresa. Realització d'un projecte empresarial d'oci turístic. El màrqueting aplicat a les activitats d'oci.

METODOLOGIA:

És una assignatura que contempla tant una part teòrica com una part pràctica. És una assignatura de modalitat única (presencial) tot i que es comptarà amb el suport del Campus Virtual.

Les **hores de contacte** del professor amb l'estudiant es distribuïran entre les **sessions de classe** amb tot el grup i les **hores de treball dirigit** amb tot el grup, amb un subgrup i sessions individuals (tutories).

La pràctica de l'assignatura es realitzarà tant durant les hores de contacte del professor amb l'estudiant com durant les **hores de treball personal** a través de:

- La realització d'un treball escrit en grup tutoritzat durant les hores de treball dirigit.
- L'exposició del treball escrit en grup durant les sessions de classe.

AVALUACIÓ:

Per avaluar els resultats d'aprenentatge especificats en l'apartat dels objectius s'utilitzaran diferents instruments d'avaluació i cadascun d'ells amb un pes específic en la qualificació final.

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el **grau d'aprenentatge global** aconseguit mitjançant un examen al final del quadrimestre que només inclourà la part teòrica de l'assignatura. La nota de l'examen representa un 30% de la nota final.

Per altra banda, s'avaluarà l'**aprenentatge de continguts parcials** a través de:

- La realització d'un treball escrit fet en grup que tindrà un valor del 60 % de la nota final.
- L'exposició oral a classe que es valorarà amb un 10 % de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

- Álvarez Sousa, Antonio (1994): *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona: Bosch.
- Asociación Española de Asesores Fiscales y Tributarios (1996): *Como crear una empresa*. Madrid: Inversor Ediciones.
- Barrufet, Sebastià (1984): Turismo y ocio. *International magazine*. Revista especializada de turisme.
- Benito del Valle, Amelia (1995): *Turismo y tiempo libre: actividades, métodos y organización*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Benito DEL Valle, Amelia., Rubio, E., Rubio-Ardanaz, J. (1995): *Turismo y tiempo libre*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Boissevain, Jeremy (1996): *Coping with tourists European reactions to mass tourism*. Providence Berghahn.
- Boix, Teresa, Viche, Mario (1990): *Animación y gestión cultural*. València: Grup Dissabte.
- C.P. Cooper and A.Lockwood (1992): *Progress in tourism, recreation and hospitality management*. London: Belhaven.
- Cerveró, Josep (2001): *Màrqueting Turístic*. Vic: Eumo Editorial.
- Cosgrove, Isabel (1972): *The Geography of recreation and leisure*. London: Hutchinson.
- Csikszentmihalyi, M., Cuenca, M., Buarque, C., Trigo, V. i altres (2001): *Ocio y Desarrollo*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, Manuel (2003): *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Fernández Fuster, Luis (1991): *Historia general de turismo de masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- López Palomeque, Francesc (1983): *La Producción del espacio de ocio en Cataluña: La Vall d'Aran*. Edicions Universitat de Barcelona.
- Martin, M^a Teresa i altres autors (2000): *Planificación y diseño de proyectos en animación sociocultural*. Madrid: Sanzy Torres.
- Montaner Montejano, Jordi (1996): *Psicosociología del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Mulero Mendigorri, Alfonso (1990): *Espacios y actividades de ocio en el ámbito rural*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Ryan, Chris (1995): *Recreational tourism: a social science perspective*. London: Routledge.
- San Salvador Del Valle Doistua, Roberto (2000): *Políticas de Ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Soufi, Samer (1997): *Manual práctico de creación de empresas*. Edición especial Cuadernos de Cinco Días.
- Tribe, John. (1995): *The Economics of leisure and tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Ucar, Xavier (1992): *La animación sociocultural*. Barcelona: CEAC.
- Valls, Josep-Francesc (1999): *La gestió d'empreses de turisme i lleure*. Barcelona: Proa.

Sistemes d'Informació per a la Gestió Turística

CRÈDITS: 6 crèdits

QUADRIMESTRE: Segon

OBJECTIUS GENERALS

Aquesta assignatura, impartida a través de la metodologia proposada per aconseguir un únic espai d'ensenyament europeu, pretén que l'estudiant desenvolupi competències tant comunes a tots els estudiants com específiques de l'assignatura.

Aquest nou concepte d'ensenyament pretén aconseguir la millora del rendiment acadèmic de l'estudiant a través del coneixement, del foment de l'interès, de la dinàmica de grups i de la capacitat d'anàlisi.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

L'objectiu final de l'assignatura és que l'estudiant sigui capaç de conèixer i aplicar les TIC en el sector turístic, molt especialment en el subsector de la intermediació (AAVV) i del transport aeri.

Quan hagi acabat l'assignatura l'estudiant serà capaç de:

- Conèixer la importància de les TIC en el sector turístic tant des del punt de vista de la gestió com de la comunicació, distribució i venda final del producte turístic.
- Fer servir programes informàtics de gestió interna d'empreses d'intermediació (Beroni) en versió *training*.
- Utilitzar una aplicació global de distribució de serveis turístics (GDS), molt especialment en el seu vessant de gestió de reserves aèries (Amadeus) en versió *training* i temps real.
- Conèixer l'aplicació de les TIC en la promoció i la comercialització turístiques a través de les autopistes de la Informació i, en concret, l'ús d'Internet en el sector turístic.

CONTINGUTS:

1. Introducció: les TIC aplicades al sector turístic.
2. Aplicació de la informàtica en el sector de la intermediació. Gestió interna de les agències de viatges. Aplicació pràctica amb el programa de gestió interna Beroni (Retailer i Front-Office).
3. Els sistemes globals de distribució (GDS). Aplicació pràctica amb SAVIA-AMADEUS. Sistema d'informació, reserves i vendes amb companyies aèries.
4. Aplicació de les TIC en la promoció i la comercialització turístiques a través d'Internet. El mercat virtual o electrònic. Les Organitzacions de Màrqueting dels destins (OMD).

METODOLOGIA:

És una assignatura eminentment pràctica de modalitat única (presencial). Es combinarà la part teòrica del curs amb la corresponent pràctica.

Les **hores de contacte** del professor amb l'estudiant es distribuïran entre les **sessions de classe** amb tot el grup i les **hores de treball dirigit** amb tot el grup.

La pràctica de l'assignatura es realitzarà tant durant les hores de contacte del professor amb l'estudiant com durant les seves **hores de treball personal** mitjançant la realització d'exercicis pràctics utilitzant les aplicacions informàtiques.

AVALUACIÓ:

Per avaluar els resultats d'aprenentatge especificats en l'apartat dels objectius s'utilitzaran diferents instruments d'avaluació i cadascun d'ells amb un pes específic en la qualificació final.

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar el **grau d'aprenentatge global** aconseguit mitjançant un examen al final del quadrimestre. Aquest s'estructura en dues parts: teoria i pràctica. Les dues parts de

l'examen s'han d'aprovar per poder fer mitjana. La nota de l'examen representa un **70% de la nota final**.

Per altra banda, s'avaluarà l'**aprenentatge de continguts parcials** a través de:

- La realització de **pràctiques individuals** que es valoraran amb un **30% de la nota final**.

FONTS D'INFORMACIÓ:

Llibres:

Bayón Mariné, Fernando. *50 años del turismo español (1950-1999)*. Madrid: Centro de Estudios Ramon Areces, 1999.

Bayón Mariné, F.; Martín Rojo, I. *Operaciones y procesos de producción en el sector turístico*. Madrid: Síntesis, 2004.

Guevara Plaza, Antonio (coord.) i altres. *Informática aplicada al turismo*. Madrid: Pirámide, 2003.

Leonard J. Lickorish; Carson L. Jenkins. *Introducción al turismo*. Madrid: Síntesis, 2000.

Montaner Montejano, Jordi. *Diccionario de Turismo*. Madrid: Síntesis, 1998.

Montaner Montejano, Jordi. *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Síntesis, 1996.

Pablo Redondo, Rosana de. *Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 2004.

Promoción de Destinos Turísticos en el Ciberespacio. Retos del Marketing Electrónico. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1999.

Valls, Josep Francesc. *Claves del mercado turístico*. Bilbao: Deusto, 1996.

Vogeler Ruiz, Carlos. *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Centro de Estudios Ramon Areces, 1997.

Recursos Internet:

Manuales de les diferents aplicacions informàtiques del sector turístic:

Beroni, Front-Office <http://www.beroni.com/frontoffice/manuales.htm>

Savia-Amadeus: <http://www.es.amadeus.com/x10019>

ASSIGNATURES DE LLIURE ELECCIÓ

Anglès III

QUADRIMESTRE: 1r

OBJECTIUS GENERALS:

L'objectiu principal de l'assignatura és que l'estudiant adquireixi un nivell intermedi avançat de llengua anglesa tant a nivell escrit com oral i que es familiaritzi amb alguns dels elements més rellevants de la cultura anglosaxona. Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en el següents punts:

- a. Aprofundir en l'adquisició del lèxic específic de les àrees de comunicació tractades en el curs per a la comprensió i expressió oral i escrita.
- b. Revisar les funcions lingüístiques i les estructures gramaticals de la llengua anglesa a nivell intermedi alt.
- c. Adquirir una competència lingüística suficient per poder comprendre i portar a terme presentacions orals.
- d. Familiaritzar l'estudiant amb alguns dels elements més rellevants de la cultura anglosaxona.

METODOLOGIA:

La metodologia didàctica emprada es correspon a l'ensenyament-aprenentatge funcional d'una segona llengua. L'assignatura Anglès 3 s'impartirà segons la modalitat de crèdit europeu, en què l'estudiant disposarà d'un pla de treball per a cada unitat didàctica del curs que especificarà la programació temporal, els objectius de la unitat didàctica (lingüístics i culturals) les activitats i l'avaluació.

En aquesta assignatura s'utilitzaran diverses eines informàtiques, generals i específiques per a l'aplicació pràctica dels coneixements que es vagin adquirint. Pel que fa a eines de treball generals, es pretén que l'estudiant es beneficiï d'un entorn multimèdia, en la mesura que li permeti incorporar l'autoaprenentatge i l'autoavaluació com a part del seu procés educatiu.

PROGRAMA:

Temes i àrees de comunicació

1. Features of worldwide destinations:
 - 1.1 The main global features
 - 1.2 Time zones and climates
 - 1.3 Travel and tourism destinations
2. Attractions of tourism destinations
 - 2.1 Natural attractions
 - 2.2 Cultural attractions
 - 2.3 Leisure activities
 - 2.4 Major events
 - 2.5 Built attractions
3. Marketing and promotion

Language Contents

1. Listening: students should be able to follow lectures and discussions. Students are expected to extract general and specific information, identify topics and main ideas.
2. Speaking: students will get involved in a number of realistic and motivating situations, both formal and informal, where the language of conversation and presentations will be revised.
3. Reading: students will be introduced to authentic texts with practical exercises to check their com-

- prehension. There will also be one compulsory book to be read.
4. Writing : students will carry out real tasks from the tourism workplace: describing a country (location, geography, climate, etc.), describing natural, built, cultural and leisure attractions and brief promotional materials.
 6. Grammar: Revision of grammar at upper intermediate level.

PLA DE TREBALL:

Es donarà el pla de treball corresponent a cada tema.

AVALUACIÓ:

L'assistència a classe és un requisit imprescindible i l'avaluació es realitzarà de forma continuada durant el curs. La nota final vindrà donada per:

- exercicis escrits que es proposaran regularment (10%)
- presentació oral (20%)
- prova de vocabulari i de gramàtica (30%)
- control de lectura d'un llibre (10%)
- resolució d'un *projecte turístic* que caldrà lliurar durant l'última setmana de classe (30%)

L'examen final es reserva per als estudiants que no segueixen les classes amb assiduitat (menys del 80% de les classes) i per als que no superin la mitjana de notes de curs. En aquest cas l'examen inclourà la preparació d'un projecte turístic (60%), una presentació oral (25%) el control de lectura d'un llibre (15%).

MATERIAL DE CURS:

Dossiers

Llibre de lectura: *Per confirmar*

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

Diccionaris

Oxford Advanced Learners Dictionary. Ed. OUP, 2000.

Collin, P.H. (Ed.) *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. Peter Collin Publishing, 1996.

Galimberti Jarman, Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*. Ed. OUP, 1994.

MacMillan English Dictionary For Advanced Learners. Ed. McMillan, 2002

Gramàtiques

Emmerson, P., *Business Grammar Builder*. Macmillan, 2002.

Vince, M. *First Certificate Language Practice with answers*. McMillan, 2003.

Turisme i Medi Ambient

QUADRIMESTRE: 1r

OBJECTIUS:

Partint de la base que el desenvolupament del sector turístic implica factors econòmics, socials, culturals i mediambientals, l'estudiant ha de ser capaç de **valorar i analitzar** l'impacte del sector turístic des del punt de vista mediambiental. És vol donar a conèixer a l'estudiant la dificultat de la gestió de **terris, economies i societats complexes**, centrant-nos generalment en la realitat de Catalunya i el seu medi. Ens aproximarem al sector turístic com **font generadora d'importants contradiccions i impactes** en el nostre país

CONTINGUTS:

- 1.- Introducció. L'economia dels recursos naturals. Reflexions sobre la relació i la interacció entre les activitats turístiques, el medi natural i la societat.
 - 1.1.- Què és el medi ambient? Visions científiques i concepcions culturals.
 - 1.2.- El turisme com a activitat econòmica generadora d'externalitats.
 - 1.3.- Diferències entre paisatge natural i paisatge humanitzat. La sostenibilitat.
 - 1.4.- Exemples d'interacció positiva i negativa entre Turisme i Medi Ambient.
- 2.- El turisme com a activitat econòmica trans-sectorial.
 - 2.1.- Turisme i sector primari. Extracció de recursos del paisatge i del medi natural. Les empreses d'activitats de lleure com a consumidors de recursos naturals i paisatgístics. El turisme rural.
 - 2.2.- El turisme com a indústria. Les grans infraestructures de l'oci. El consum de sòl. Els impactes urbanístics, l'especulació.
 - 2.3.- Els serveis turístics: el seu impacte i la seva responsabilitat.
- 3.- Turisme, medi ambient i regió. El cas de Catalunya.
 - 3.1.- Estudi de les capacitats de càrrega.
 - 3.2.- Les infraestructures de transport.
 - 3.3.- Les infraestructures de sanejament i subministrament.
 - 3.4.- Les segones residències. Turisme, capitalisme i urbanisme.
 - 3.5.- El turisme com a fomentador de la penetració i ús del medi natural. Drets i deures del turista, drets i deures dels residents, drets i deures d'altres col·lectius.
- 4.- Gestió ambiental i gestió turística. Els impactes del turisme en el medi.
 - 4.1.- En els espais litorals.
 - 4.2.- En els espais de muntanya.
 - 4.3.- En el paisatge rural.
 - 4.4.- En els espais urbans.
 - 4.5.- En els espais protegits. La legislació vigent.
 - 4.6.- En els països subdesenvolupats.
- 5.- Turisme i sostenibilitat.
 - 5.1.- Sostenibilitat a escala local.
 - 5.2.- Sostenibilitat a escala regional.
 - 5.3.- Sostenibilitat a escala global.

METODOLOGIA:

L'assignatura s'imparteix amb el sistema de crèdit europeu (ECTS) amb la qual cosa aproximadament la **meitat de les sessions són teòriques** i l'altre meitat són pràctiques de manera que: els apartats 1, 2 i 3 del programa s'aniran donant de forma lineal i correlativa al llarg de tot el quadrimestre a les sessions te-

òriques, mentre que, a les sessions pràctiques **cerquem i treballarem textos i articles** que ens permetran abordar i reflexionar els temes i conceptes dels punts 4 i 5.

AVALUACIÓ:

L'estudiant aportarà regularment al debat de classe articles de premsa diària relacionats amb el Turisme i els seus impactes socials, culturals, territorials i mediambientals. Els articles centraran la reflexió de tot el grup; emmarcaran els problemes i en debatrem les possibles solucions així com la manera d'abordar-los i gestionar-los. Al final de quadrimestre **l'estudiant lliurarà, en forma de treball, tots els comentaris de text dels articles que ell/ella hagi proposat** i això representarà el 70% de la nota final. L'altre 30 % de la nota correspondrà o bé a un comentari més extens (més a fons) o bé a un examen sobre els continguts teòrics de l'assignatura segons ho decideixi el professor a meitat del quadrimestre tot veient l'evolució del grup. El professor afegirà també sobre la nota final, i amb un marge de -1,5 fins a +1,5 punts, una valoració subjectiva sobre l'actitud de l'alumne en quant a l'assistència i la participació activa a les sessions, debats i comentaris proposats a classe **Suspesos i recuperació:** L'avaluació continuada (amb participació i fent els comentaris) acaba amb la convocatòria de juny. La recuperació de setembre i les següents convocatòries seran sempre amb examen i sense més aspectes per avaluar.

BIBLIOGRAFIA:

- Weaber, David B. (2006): *Sustainable tourism theory and practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Amsterdam.
- Bengochea Morancho, Aurelia, i altres (2006): *Actividad Turística y Medio Ambiente*. Oviedo. ISBN: 84-96491-60-7
- Anton Clavé, Salvador (1992): «Medio ambiente y política turística. Medidas comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español». *Estudios Turísticos*, 116, p. 5-25.
- Azqueta, D. (1994): *Valoración económica de la calidad ambiental*. Madrid: McGraw-Hill.
- Azqueta D. i Ferreiro A. (1994): *Análisis económico y gestión de recursos naturales*. Alianza. Madrid.
- Boers I Bosch (1996): *La tierra, destino turístico. Introducción al turismo y al medio ambiente*. SME (Strichtin Milieu Educatie).
- Caridell, Emili i Reverter, Patricia (1996): *Obligacions i Responsabilitats Ambientals de l'Empresa, Assessoria Mediambiental i ecoauditoria*, Barcelona.
- Crosby, Arturo (ed) (1992): *Manual Mejoras Ecológicas para su Hotel Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística*, Narour.
- Donald E. (1993): *Ecotourism: a guide for planners and managers*. North Bennington: Ecotourism Society.
- Ecotour (1997): *Programa para la integración del turismo y el medio ambiente*. Govern Balear. Conselleria de Medi Ambient, Ordenació del Territori i Litoral.
- Franco, L. (1995): *Política Económica del Medio Ambiente*. Cedecs Economía. Barcelona.
- González, F. (1992): Turismo y medio ambiente. *Revista Valenciana d'Estudis autonòmics*. 13. Generalitat Valenciana.
- Mayol Serra, Joan (1992): *Medi ambient, ecologia i turisme a les Illes Balears*. Palma de Mallorca
- Molina, Sergio (1994): *Turismo y ecología*. Mèxic, DF: Trillas
- Montanari, Armando (1994): "El futuro del Mediterráneo turístico: desarrollo sostenible y competitividad" *Papers de Turisme*, 14-15. Institut Turí.
- Prats Palazuelo, F. (1995): *Turismo, territorio y medio ambiente: el caso del Plan Insular de Lanzarote*. Cabildo de Lanzarote, Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, vol 6.
- Rees, William (1996): Indicadores territoriales de sustentabilidad. *Ecología Política*, 12.
- Ruesga i Duran (Coord) (1995): *Empresa y Medioambiente*. Madrid: Pirámide.
- UNESCO (1995) Turismo responsable. Tots 15. Quaderns d'educació ambiental, 15. *Revista del Centre UNESCO de Catalunya*.