



ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO "ALTAMIRA"
GRADO EN TURISMO

GRADO EN TURISMO

3^{er} curso

Guía docente de la asignatura:

DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Curso 2017/2018

1. DATOS GENERALES

ASIGNATURA:		DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS					
MÓDULO:		RECURSOS, PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS					
MATERIA:		GEOGRAFÍA TURÍSTICA					
TIPO		OBLIGATORIA			Nº CRÉDITOS ECTS		6
CURSO		3º			SEMESTRE		1º
PROFESORES		NURIA SALESA AMARANTE DAVID HERRERO GARCÍA			e-mail: nuriasalesa@eualtamira.org davidhg@eualtamira.org		
CONOCIMIENTOS PREVIOS							
IDIOMA DE IMPARTICIÓN		ESPAÑOL					
HORAS PRESENCIALES	MAGISTRALES	HPM	49	HORAS NO PRESENCIALES	TUTORIZADAS	HNPT	53
	TUTORIZADAS	HPT	12		LIBRES	HNPL	36

La asignatura de DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS consta de dos partes:

PARTE I: Aspectos teórico-prácticos

PROFESOR: NURIA SALESA AMARANTE

VOLUMEN TOTAL DE TRABAJO: 112,5 Horas

PESO EN LA CALIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: 75%

PARTE II: Aplicaciones informáticas en la gestión de empresas de intermediación

PROFESOR: DAVID HERRERO

VOLUMEN TOTAL DE TRABAJO: 37,5 Horas

PESO EN LA CALIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA: 25%

Para aprobar la asignatura hay que aprobar las dos partes. La parte aprobada se guarda solamente para la convocatoria de septiembre. En caso de no superarse una parte, en las convocatorias del curso, se cursará la asignatura completa en el curso siguiente.

2. JUSTIFICACIÓN

Esta asignatura puede y debe ofrecer una perspectiva aglutinadora de la problemática, herramientas y técnicas más elementales para el desarrollo de la actividad en este dinámico y complejo subsector turístico. Se trata de una visión de conjunto, que da sentido a la pluralidad del aprendizaje en este ámbito profesional, a situar los conocimientos acerca del diseño de productos turísticos y las técnicas de programación de circuitos terrestres y aeroterrestres, así como la familiarización con los documentos imprescindibles para la realización y puesta a punto de los itinerarios turísticos asociados.

Los múltiples elementos que configuran los Productos Turísticos generan una complejidad especial, a la hora de su creación; por lo que el conocimiento y el estudio, en profundidad, del proceso que comienza con la contratación de los servicios y concluye con el uso y consumo por parte del cliente, será el contenido principal de esta asignatura.

3. OBJETIVOS

- Llevar a cabo el entendimiento de la dimensión cultural, turística y económica de la elaboración de los itinerarios como producto, así como su reflejo en el desarrollo de ciertos recursos.
- Manejar, con soltura, los conceptos propios de los servicios, pues van a ser imprescindibles en el proceso posterior de su creación.
- Conocer la configuración principal de un producto turístico y de los elementos complementarios que lo componen, eligiendo aquellos más idóneos.
- Analizar las características de los diferentes medios de transporte, en cuanto a su idoneidad, comodidad, costes y prestigio.
- Familiarizarse con el desarrollo secuencial del diseño de macro productos y micro productos.
- Aplicar los métodos adecuados en el proceso de diseño y comercialización de circuitos turísticos, terrestres y aeroterrestres.
- Analizar los diferentes procedimientos existentes para la contratación con los diferentes prestatarios de productos y servicios turísticos, conociendo los puntos clave en cada uno de ellos.
- Identificar todas las variables que influyen en el precio, así como analizar los costes imputables en la confección de circuitos turísticos.
- Definir las etapas en la elaboración y programación de un circuito turístico terrestre: planificación del itinerario, elección de los proveedores, cálculo del presupuesto del viaje, elaboración y diseño del folleto, cumplimentación de la documentación necesaria y familiarizarse con las técnicas de conducción de grupos en este tipo de circuitos.
- Aprender las técnicas de venta y preparación de excursiones opcionales, en los circuitos terrestres y aeroterrestres.

4. COMPETENCIAS

GENÉRICAS

- Pensamiento analítico
- Pensamiento sistémico
- Comunicación verbal y escrita
- Diversidad e interculturalidad
- Sentido ético
- Trabajo en equipo
- Orientación a la calidad
- Planificación.
- Uso de las TIC

ESPECÍFICAS

- Comprender y analizar los principios del Turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica
- Identificar los agentes turísticos y las estructuras político-administrativas de la actividad turística
- Desarrollar habilidades y técnicas de comunicación en el ámbito de organizaciones turísticas
- Conocer los procesos operativos en las empresas de intermediación
- Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

5. CONTENIDOS DE LA PARTE I

CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
TEMA 1: EL PROCESO DE DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	6	1	3	3	1-3
1.1. El producto turístico. Introducción 1.2. Características del producto turístico 1.3. Características diferenciales de los servicios. Estrategias a seguir 1.4. Atributos del producto turístico 1.5. El proceso de diseño de productos turísticos 1.6. Los elementos concurrentes: clasificación 1.7. Estructura de los productos turísticos 1.8. El elemento transporte 1.9. Otros elementos complementarios					
TEMA 2: EL DISEÑO DE MACROPRODUCTOS Y MICROPRODUCTOS	12	1	3	3	4-7
2.1. Introducción 2.2. Los paquetes turísticos "a la oferta" 2.3. Los paquetes turísticos "a la demanda" 2.4. Tipología de productos turísticos 2.5. Fases del proceso de diseño de un producto o paquete turístico 2.6. La contratación de los productos turísticos					
TEMA 3: TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN DE CIRCUITOS TERRESTRES Y AEROTERRESTRES	12	1	4	4	8-12
3.1. Esquema del proceso de elaboración de los paquetes e itinerarios turísticos 3.2. Metodología 3.3. Elaboración de la parte técnica 3.4. Diseño y elaboración de un circuito terrestre 3.5. Diseño y elaboración de un circuito aeroterrestre					
TEMA 4: REALIZACIÓN FÍSICA DE UN CIRCUITO TERRESTRE TIPO	6	1	3	3	13-17
4.1. Documentación necesaria en la preparación de un circuito terrestre 4.2. Conducción de grupos en los circuitos terrestres 4.3. Venta de excursiones opcionales o facultativas					
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
Comentario de textos acerca de un artículo periodístico (Transporte aéreo, marítimo o ferrocarril)			1	1	1-3
Consulta de diferentes revistas profesionales y páginas web's			1	1	1-3
Comentario de textos acerca de un artículo periodístico (Grandes grupos nacionales y europeos)			1	1	4-6
Familiarización con guías virtuales: CAMPSA, MICHELÍN, MAPPY, etc.			1	1	4
Cotización de una excursión facultativa a la oferta		2	5	2	8-10
Diseño, presupuesto y elaboración técnica de un circuito terrestre, a la demanda		3	16.5	5	6-15
Comentario de textos acerca de un artículo periodístico (Nuevas tendencias en los circuitos turísticos)			3	2	11-13

6. METODOLOGÍA DOCENTE PARTE I

La metodología docente consistirá en una combinación entre las clases magistrales y el aporte de las herramientas necesarias, para la materialización de los diferentes casos prácticos, tanto individuales, como grupales.

Asociados a las actividades de aprendizaje, a partir del Tema 2, se propondrán una serie de casos prácticos que tendrá que resolver el alumno en clase (contando siempre con la tutorización y seguimiento del profesor), y que le servirán para la correcta aplicación a alguno de los supuestos prácticos que se detallan en el apartado: Sistema de Evaluación (Punto 7).

La organización docente de la asignatura, así como los materiales y actividades (tanto de aprendizaje, como de evaluación), se expondrán en el AULA VIRTUAL de la EUTA.

7. SISTEMA DE EVALUACIÓN PARTE I

EVALUACIÓN CONTINUA (50% de la nota final) (sobre 10)	% NOTA	SEMANA
Entrega comentario de textos acerca de un artículo periodístico (Transporte aéreo, marítimo o ferrocarril)	15	1-3
Entrega comentario de textos acerca de un artículo periodístico (Grandes grupos nacionales y europeos)	15	4-6
Cotización de una excursión facultativa a la oferta	20	8-10
Diseño, presupuesto y elaboración técnica de un circuito terrestre, a la demanda (grupal)	50	6-15
NOTA: El ejercicios Diseño, presupuesto y elaboración técnica de un circuito terrestre a la demanda , será evaluado de forma grupal, es decir, todos los componentes del grupo tendrán la misma nota. Los demás ejercicios son individuales.		

EXAMEN FINAL (50% de la nota)

Convocatoria de junio:

El peso de la evaluación final en la nota de la asignatura es del 50%

La nota mínima de esta evaluación final para poder promediar con la nota de curso es de 4

DETALLES:

1ª PARTE: 30 preguntas tipo test (3 puntos)

(Una pregunta mal respondida, restará de una bien contestada)

2ª PARTE: 3 preguntas de desarrollo o contenido (3 puntos)

3ª PARTE: Práctica (4 puntos)

Consistirá en uno o varios supuestos de los realizados en clase en las actividades de aprendizaje, pudiéndose utilizar las mismas herramientas y medios.

La nota mínima del examen final para poder promediar con la nota de curso es de 4

Convocatoria de septiembre:

Los alumnos que hayan obtenido una calificación de menos de un 5 sobre 10 en la nota de evaluación continua en la convocatoria ordinaria serán calificados únicamente a través de su nota en el examen final de la convocatoria de septiembre (es decir, su nota de evaluación continua no influirá en el resultado final).



ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO "ALTAMIRA"
GRADO EN TURISMO

8. RECURSOS DOCENTES PARTE I

APUNTES DE CLASE
Se podrán obtener a través del Aula Virtual de la EUTA, a medida que se vaya desarrollando la asignatura
AULA VIRTUAL
Estarán disponibles, tanto los contenidos teóricos como las actividades propuestas, ya sean éstas evaluables o no
BIBLIOGRAFÍA
Básica:
<ul style="list-style-type: none"> • ALBERT PIÑOLE, I. (1995): Gestión y técnica de Agencias de Viajes. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • ALBERT PIÑOLE, I. (1999): Gestión, productos y servicios de las Agencias de Viajes. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid • ALBERT PIÑOLE, I. (2004): "Gestión, productos y servicios de las Agencias de Viajes". Madrid. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A., 1.060 pp. • CABO NADAL, M. (2004): Asistencia y guía de grupos. Thomson Paraninfo. Madrid • CALLE VAQUERO, M. (2002): La ciudad histórica como destino turístico. ARIEL. Barcelona • CARRERAS, C. (et al) (1993): Trabajos prácticos de Geografía Humana. Editorial Síntesis, S. A. Madrid, 440 pp. • GÓMEZ PRIETO, J; QUIJANO, C (1992): Rutas e itinerarios turísticos en España. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • GOMIS, J. M.; GONZÁLEZ, F. (2008): "Amadeus: Global Distribution System's new paradigm". En R. Egger y D. Buhalis (eds.). Turism Case Studies: Management and Marketing Issues in e-Tourism. Butterworth Heinemann (Elsevier). • GONZÁLEZ COBREROS, M. A. (1997): Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • JIMÉNEZ ABAD, C. E. (2006): "Producción y venta de servicios turísticos en Agencias de Viajes". Madrid. Editorial Thomson Paraninfo, 240 pp. • LICKORISH, L.; JEFFERSON, A.; DER, J; JENKINS, C. L. (1994): Desarrollo de destinos turísticos. Ediciones Diana. México • MILIO BALANZA, I. (2004): Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. Editorial paraninfo. Madrid • PICAZO ZAMORA, C. (1996): Asistencia y guía a grupos turísticos. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • RAMBLA ZARAGOZA, W. (2000): Principales itinerarios artísticos del s. XX: una aproximación a la teoría del arte contemporáneo. Universitat Jaume I. Castellón de la Plana • VOGELER RUIZ, C.; HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2000): El mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Editorial Ramón Areces, S. A. Madrid
Complementaria:
<ul style="list-style-type: none"> • ACERENZA, M.A. (1985): Planificación estratégica del turismo: esquema metodológico. Estudios Turísticos, pp. 47-70 • ALTES MACHÍN, C. (1993): marketing y turismo. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • BOSCH, R.; PUJOL, LL.; SERRA, J.; VALLESPINÓS, F. (1999): Turismo y medio ambiente. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid • CALLIZO SONEIRO, J. (1991): Aproximación a la Geografía del turismo. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • DÍAZ ÁLVAREZ, J.R. (1993): Geografía del turismo. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • FERNÁNDEZ FUSTER, L.(1991): Geografía general del turismo de masas. Alianza Editorial, S. A. Madrid • FIGUEROLA PALOMO, M. (1995): Economía para la gestión de las empresas turísticas (producción y comercialización). Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid • LICKORISH, L.; JENKINS, C.L. (2000): Una introducción al turismo. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • LOZATO-GIOTART, J.P. (1991): Mediterráneo y turismo. Masson, S. A. Barcelona • MESPLIER, A.; BLOC-DURAFFOUR, P. (2000): Geografía del turismo en el mundo. Editorial Síntesis, S. A. Madrid • MILIO BALANZA, I.; CABO NADAL, M. (2000): Comercialización de Productos y Servicios Turísticos.



**ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO "ALTAMIRA"
GRADO EN TURISMO**

<p>Paraninfo, S. A. Madrid</p> <ul style="list-style-type: none">• MONTANER MONTEJANO, J. (1996): Estructura del mercado turístico. Madrid• MUÑOZ OÑATE, F. (1997): Marketing turístico. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. Madrid• REY GRAÑA, C. (1998): Economía del turismo. Estructura de mercados e impacto sobre el desarrollo. Asociación Hispalink-Galicia. Santiago de Compostela• VALENZUELA RUBIO, M. (coord.) (1997): Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid, 750 pp.• VÁZQUEZ MAURE, F.; MARTÍN LÓPEZ, J. (1995): Lectura de Mapas. E.U.I.T. Topográfica / F.G.U.P.M., 381 pp.• VERA, J.F.; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M.J.; ANTÓN, S. (1997): Análisis territorial del turismo. Editorial Ariel, S. A. Barcelona
DIRECCIONES WEB DE INTERÉS
SOFTWARE: Google Maps
OTROS RECURSOS
Folletos y documentación real de agencias de viajes

5. CONTENIDOS DE LA PARTE II

BLOQUE TEMÁTICO 1: NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS					
CONTENIDOS TEÓRICOS	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
TEMA 1: Herramientas de Google para la realización de rutas turísticas	9	2	4,5	1	2-12
1.7. Google Maps 1.7.1. Configuración 1.7.2. ¿Cómo navegar? 1.7.3. Insertar objetos 1.7.4. Guardar rutas 1.8. Google Earth 1.8.5. Configuración 1.8.6. Distintas formas de localizar 1.8.7. Cómo insertar objetos 1.8.8. Como generar visitas guiadas 1.8.9. Cómo guardar rutas					
TEMA 2: Herramientas Web para la realización de rutas turísticas	4	1	2	1	13-17
2.7. GUÍA CAMPSA 2.7.1. Cálculo de la ruta entre dos destinos. 2.7.2. Ruta completa. 2.7.3. Exportación a GPS. 2.7.4. Personalización. 2.7.5. Selección de capas a representar en el mapa. 2.8. GUÍA MICHELÍN 2.8.6. Cálculo del itinerario entre dos destinos 2.8.7. Impresión 2.8.8. Exportación a GPS 2.8.9. Personalización					
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HPM	HPT	HNPT	HNPL	SEMANAS
Localizaciones geográficas mediante Google Map			2	1	9
Realización de rutas con información gráfica mediante Google Map			1	3	10-11
Localizaciones geográficas mediante Google Earth			1	1	11
Generación de rutas gráficas y rutas guiadas mediante la utilización de Google Earth			1	3	11-12

6. METODOLOGÍA DOCENTE PARTE II

Los conocimientos teóricos asociados a todas las unidades didácticas serán expuestos en clase por el Profesor. Siempre que el tema lo requiera, se realizarán en clase ejemplos y casos prácticos que ayuden a comprender dichos contenidos teóricos.

7. SISTEMA DE EVALUACIÓN PARTE II

EVALUACIÓN CONTINUA (50% de la nota final) (sobre 10)	% NOTA	SEMANA
Representación y búsqueda de información mediante Google Maps	10	9
Realización de una ruta por una provincia de España mediante Google Maps	40	10-11
Representación y búsqueda de información mediante Google Earth	10	11
Realización de una visita guiada por un país mediante Google Earth	40	11-12

EXAMEN FINAL (50% de la nota)

Convocatoria de junio: La prueba de seguimiento final consistirá en la resolución práctica de 5 ejercicios. Búsquedas, representaciones gráficas y realización de rutas mediante las herramientas de Google y páginas Web. La nota mínima para poder promediar es de un 4 en la prueba de seguimiento final.

Convocatoria de septiembre: Los alumnos que hayan obtenido una calificación de menos de un 5 sobre 10 en la nota de evaluación continua en la convocatoria ordinaria serán calificados únicamente a través de su nota en el examen final de la convocatoria de septiembre (es decir, su nota de evaluación continua no influirá en el resultado final).

8. RECURSOS DOCENTES PARTE II

APUNTES DE CLASE

Los apuntes de la asignatura están disponibles en la plataforma virtual.

AULA VIRTUAL

En el aula virtual del Centro están disponibles tanto los contenidos teóricos, como actividades propuestas y detalle del desarrollo de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA

Manuales de Google Maps
Manuales de Google Earth

DIRECCIONES WEB DE INTERÉS

<http://maps.google.es>
<http://viamichelin.es>
http://www.repsol.com/es_es

SOFTWARE

Sistema operativo
Navegador Web



ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO "ALTAMIRA"
GRADO EN TURISMO

OTROS RECURSOS