

## Ficha Técnica

<b>Titulación:</b>	Grado en Empresas y Actividades Turísticas		
<b>Plan BOE:</b>	BOE número 141 de 13 de junio de 2013		
<b>Asignatura:</b>	Gestión de la Información y del Conocimiento		
<b>Módulo:</b>	Tecnologías de la Información y Comunicación		
<b>Curso:</b>	1º	<b>Créditos ECTS:</b>	6
<b>Tipo de asignatura:</b>	Básica	<b>Tipo de formación:</b>	Teórico-práctica

## Presentación

La asignatura de Gestión del Conocimiento y de la Información pretende abordar desde una perspectiva práctica y con un enfoque básico la gestión del conocimiento turístico actual. Se realiza para ello un recorrido por la estructura económica del turismo analizando los conceptos fundamentales que lo componen y las fuentes estadísticas que suponen la base de la información turística, tanto a nivel nacional como internacional. A lo largo del desarrollo de la asignatura se utilizarán las TIC como medio principal de recopilación y difusión de la información turística y del conocimiento.

## Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Comprender los distintos aspectos de la actividad turística desde un punto de vista transversal, en especial las relaciones del sector con su entorno, las conductas del turista y las interrelaciones en el destino.
- Utilizar las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno de la empresa como a nivel externo.
- Desarrollar aptitudes y sensibilidad para comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes, ya sea en países extranjeros, como en su propia ciudad.

## Contenidos Didácticos

Unidad Introductoria:

Introducción  
Definición de gestión  
Definición de GC  
Áreas de énfasis en GC  
Un marco clásico para la GC  
Principios de la GC  
Los tres pilares básicos de la GC  
Técnicas de GC  
Generaciones de sistemas de GC  
Beneficios de la GC

- 1 Introducción y fuentes de información turística
  - 1.1 Naturaleza y relevancia del turismo
  - 1.2 Definiciones y tipos de turismo
    - 1.2.1 Definiciones conceptuales
    - 1.2.2 Definiciones técnicas/operativas

- 1.2.3 Tipos de turismo
- 1.3 El turismo como una actividad de servicios
- 1.4 Medición y fuentes estadísticas del turismo
  - 1.4.1 Instituto de Estudios Turísticos
  - 1.4.2 Instituto Nacional de Estadística
  - 1.4.3 Otras fuentes para el análisis de la actividad turística
- 2 Gestión de la Información Turística
  - 2.1 Contribución del turismo a la economía
    - 2.1.1 Tipos de impactos
    - 2.1.2 Principales efectos económicos
  - 2.2 Interdependencias sectoriales de la actividad turística
  - 2.3 El turismo como estrategia de desarrollo económico
    - 2.3.1 Factores condicionantes
  - 2.4 Principales indicadores para el análisis económico del turismo
    - 2.4.1 Cuenta Satélite del Turismo
    - 2.4.2 Análisis coste-beneficio
    - 2.4.3 Tourism Impact Data & Forecast
- 3 Entorno Internacional del Turismo
  - 3.1 Importancia del turismo en la economía mundial
    - 3.1.1 Evolución del turismo internacional
    - 3.1.2 Turismo y comercio internacional
  - 3.2 Evolución de los flujos turísticos internacionales
    - 3.2.1 Turismo emisor
    - 3.2.2 Turismo receptor
  - 3.3 Los efectos de la globalización sobre la actividad turística
  - 3.4 La inversión exterior vinculada al turismo
- 4 Información y oferta turística
  - 4.1 La oferta de servicios turísticos desde una visión integral
  - 4.2 Negocios turísticos: tamaños y organización en la producción de servicios turísticos
  - 4.3 La importancia de los precios esperados y el significado de las curvas de oferta
  - 4.4 Los costes de producción y su influencia sobre los servicios ofrecidos
  - 4.5 Otros factores influyentes en la oferta de servicios turísticos disponibles en un destino
- 5 Información y demanda turística
  - 5.1 La demanda turística: características y evolución
  - 5.2 Segmentación de la demanda turística
  - 5.3 Determinantes de la demanda turística. Precios y renta
  - 5.4 Factores que condicionan las preferencias de los turistas
  - 5.5 Estacionalidad de la demanda: causas y efectos. Estrategias de desestacionalización.
- 6 Información y destinos turísticos
  - 6.1 Concepto de competitividad y su relación con el mercado turístico
  - 6.2 Ventajas comparativas y ventajas competitivas en turismo
  - 6.3 Modelos para el análisis de la competitividad del turismo
  - 6.4 ¿Puede medirse la competitividad de los destinos turísticos?: el uso de indicadores
- 7 La Innovación turística
  - 7.1 Aportaciones teóricas. Una aproximación dinámica al concepto de innovación en turismo
  - 7.2 Categorías de innovación. Aspectos diferenciales de la actividad turística
  - 7.3 ¿Cómo promover la cultura de la innovación en turismo? Políticas de innovación
  - 7.4 Innovación en turismo. Casos de éxito
- 8 La gestión del conocimiento en el turismo
  - 8.1 El turismo como generador de empleo
  - 8.2 El mercado de trabajo turístico
    - 8.2.1 Características del mercado de trabajo turístico

- 8.2.2 Aspectos diferenciales del mercado de trabajo turístico
- 8.3 La apuesta por el capital humano como factor de competitividad: formación, cualificación profesional y captación de talento
- 8.4 El perfil del profesional turístico del futuro
  - 8.4.1 Perfil profesional por tipologías de la oferta
- 9 El uso de la información en el turismo sostenible
  - 9.1 El concepto de economía verde y su relación con el turismo sostenible
  - 9.2 La transición hacia una economía verde como oportunidad para la competitividad del turismo
  - 9.3 Una visión a más largo plazo. Principios para un turismo sostenible
  - 9.4 ¿Pueden medirse los avances en sostenibilidad del turismo? El uso de indicadores
  - 9.5 La eco-innovación como estrategia para un turismo verde
- 10 Retos para el turismo del futuro
  - 10.1 Sostenibilidad turística y cambio global: déficit energético, cambio climático y escasez alimentaria
  - 10.2 Gestionar la saturación de destinos turísticos emblemáticos
  - 10.3 ¿Turismo para todos? El papel de los países emergentes
  - 10.4 Turismo y creatividad. El valor de las experiencias
  - 10.5 Gestión proactiva de destinos turísticos. Los *smart destinations*

## Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Resolución de caso práctico sobre análisis de datos turísticos
- Resolución de caso práctico sobre competitividad turística
- Participación en foros de debate sobre temas relacionados con la asignatura

## Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## Bibliografía

- Pulido Fernández, J.I. (2013). *Estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Ed. Síntesis
- Martínez Rey, M.A., Pazos Sierra, J., Segarra Tormo, S. (2010). *Gestión de la Información y del Conocimiento*. Madrid: Ed. CEF