



INFORMACIÓN PARA LOS EMPLEADORES

GRADO EN TURISMO

FACULTAD DE CC.SS. Y DE LA COMUNICACIÓN

Contenido

Interés profesional	3
Contenidos	4
Competencias transversales	6
Prácticas en empresa	6
Contacto	7

Interés profesional

Los perfiles profesionales vienen determinados generalmente por la ocupación que se desempeña. No obstante, la cuestión que se plantea sobre cuál será la tarea a desarrollar por los graduados en Turismo permite determinar los principales ámbitos de trabajo que van a desempeñar los titulados

Los perfiles profesionales muestran la realidad de la empleabilidad de los actuales titulados, si bien se han considerado también perfiles que vislumbran un futuro ligado con el mercado laboral. En este sentido, los perfiles profesionales identificados en el Grado son:

Agencias de viaje

- Agente de viajes
- Administración y reservas en turoperadores
- Centrales de reservas

Consultoría turística

- Estudios sectoriales
- Documentalista

Empresas de transporte turístico

- Aeropuertos
- Compañías aéreas
- Turoperadores
- Compañías de transporte marítimo, cruceros
- Empresas de transporte por carretera
- Empresas de transporte ferroviario

Establecimiento de alojamiento turístico

- Administración
- Recepción
- Gestión de Reservas
- Revenue Management
- Comercialización
- Relaciones Públicas
- Comercial
- Animador Turístico o de Tiempo Libre
- Gestión en alimentación y bebidas

Planificación y gestión de destinos

- Instituciones de planificación turística
- Instituciones de promoción turística
- Planes de desarrollo turístico
- Instituciones dinamizadoras de productos y actividades (relaciones con instituciones y empresas)
- Instituciones prestadoras de servicios turísticos (oficinas de turismo, informador turístico)

Productos y actividades turísticas

- Gestión del patrimonio natural
- Gestión del patrimonio cultural
- Gestión en instalaciones de ocio
- Asesor en instalaciones deportivas
- Asesor de eventos
- Guía turístico
- Guía interprete
- Dinamizador de actividades

Contenidos

La siguiente tabla recoge un resumen de las materias objeto de estudio en la Titulación, donde encontramos formación generalista y específica sobre los aspectos del ámbito del turismo.

BLOQUES / COMPETENCIAS	DISTRIBUCION DE MATERIAS EN EL TÍTULO	CONTENIDOS
Bloque I – Formación turística básica	Economía I. Microeconomía y II. Macroeconomía	Describir e interpretar el comportamiento de los agentes económicos desde el punto de vista Microeconómico y Macroeconómico y reconocer la situación de equilibrio en el mercado de bienes y servicios desde el punto de vista Microeconómico y Macroeconómico
Contiene las competencias básicas del sector turístico que un estudiante necesita para conocer y comprender conocimientos en el ámbito del Turismo, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científico o ético.	Introd. al derecho y a la legislación turística	Conceptos básicos del derecho. Introducción al Derecho Civil, Mercantil, Laboral y Administrativo.
	Flujos y áreas turísticas mundiales	Análisis de patrones de flujos de turistas en el mundo. Conocer las diferentes zonas turísticas mundiales y su atractivo para el turista.
	Fundamentos de administración de empresas turísticas	Enfoque de la actual dirección estratégica, desarrollo de las habilidades para dirigir y administrar las principales áreas funcionales de la empresa
	Fundamentos de finanzas y contabilidad financiera	Fundamentos básicos de la Contabilidad, con especial hincapié en los conceptos de activo, pasivo, patrimonio neto, gasto e ingreso. La contabilidad como sistema de información.
-Ser capaz de comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica política, laboral y económica -Ser capaz de analizar la dimensión económica del turismo -Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas -Ser capaz de comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo. - Ser capaz de conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas. - Conocer el funcionamiento de las empresas.	Operaciones y procesos en empresas turísticas	El subsistema de producción en empresas turísticas. Los conceptos físicos en la producción de servicios turísticos. La gestión de inventarios en empresas turísticas. Introducción a la calidad en servicios turísticos.
	Recursos territoriales turísticos	Los recursos turísticos del territorio. Conceptos básicos y mecanismos de identificación. Estudios de los recursos que tiene cualquier zona para ofrecer y potenciar.
	Técnicas estadísticas para turismo	Organización y representación de la información univariante. Medidas de posición, dispersión y forma. Medidas de desigualdad. Series temporales. Estadística Descriptiva bivariante.
	Gestión de empresas turísticas de Alojamiento e Intermediación	Establecimientos de Alojamiento Turístico. Concepto y clasificación. Gestión de alojamientos turísticos y ratios de ocupación. Las agencias de viaje. Concepto, tipos, normativa y características. Programas de reservas internos, check-in y check-out: Iniciación a Amadeus y Orbis
Dos elementos intervienen en el correcto desarrollo turístico de un territorio, por una parte, las Administraciones Públicas realizan la función de planificación y, por otra, la adecuada gestión de las empresas del sector. - Gestionar los recursos financieros. - Analizar sintetizar y resumir críticamente la información económica patrimonial de las organizaciones turísticas. - Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento y de intermediación. - Ser capaz de definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. - Ser capaz de realizar un plan de marketing turístico. - Definir políticas de personal. - Reconocer los principales agentes turísticos. - Ser capaz de analizar, sintetizar y resumir críticamente la información patrimonio cultural de las organizaciones turísticas. - Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.	Dirección de recursos humanos	Conocimiento básico de las principales aportaciones en materia de Dirección de Recursos Humanos. La función personal de la empresa, el componente humano y como gestionarlo.
	Marketing turístico	Introducción al Marketing. Elaborar un plan de marketing. El Papel del marketing en la comercialización de destinos turísticos
	Gestión y análisis financiero	Estructura económico-financiera de la empresa: El Fondo de Maniobra. Evaluación de proyectos de inversión. Evaluación de la solvencia, la liquidez y la rentabilidad
	Estructura de mercados turísticos	Conceptualización de los términos <i>turismo</i> y <i>turista</i> , principales formas de turismo. Definición de los elementos que componen el mercado turístico. Principales determinantes de la demanda y oferta turística, diferentes estructuras de mercado y los fallos del mercado. Análisis de la importancia del turismo en la economía española en relación a sus impactos directos.
	Sistemas informáticos aplicados al turismo	Conceptos básicos sobre la informática. Información y su tratamiento general. Introducción a las comunicaciones y aplicaciones informáticas en el sector turístico.
	Marco internacional y europeo del turismo	El Derecho Internacional y el turismo. La Organización Mundial del Turismo. Las políticas relativas al turismo en la Organización Mundial del Turismo, y sus perspectivas. El sistema europeo de integración.
	Patrimonio cultural	Concepto de patrimonio cultural, patrimonio histórico e Historia del Arte. Introducción a la Historia del Arte en España. UNESCO y criterios para declarar bienes de interés cultural y la preservación del patrimonio. "Patrimonio Cultural".
	Itinerarios turísticos culturales	Metodología para la elaboración de una ruta e itinerario turístico cultural. Estudios de casos regionales e internacionales.
	Planificación territorial y turismo sostenible	La ordenación del territorio: Conceptos básicos y aspectos generales. El concepto de turismo sostenible. La planificación turística en España.
	Política y planificación turística	Áreas e instrumentos de la política turística. Planificación económica del turismo. Estrategias y programas de competitividad, calidad e innovación.
	Sociología turística y medioambiental	La sociología como ciencia. El impacto del turismo en la sociedad. Métodos y técnicas de investigación sociológicos aplicados al turismo
	Bloque III.- Formación en Habilidades comunicativas en idiomas extranjero	Inglés turístico I, II y III
Capacidad de expresarse en dos idiomas extranjeros de forma oral o escrita. EL Ingles es el segundo idioma obligatorio pudiendo el estudiante elegir como idioma optativo el Francés o Alemán	Alemán turístico I, II y III	Destrezas lingüísticas conducentes a la competencia gramatical, socio-lingüística, discursiva y estratégica de la lengua alemana con especial aplicación al sector turístico.
	Francés turístico I, II y III	Comunicación fluida y correcta en lengua francesa, tanto en la relación simétrica entre profesionales de la industria turística.
	Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Alemán o Francés	Comunicación, Socialización, Comunicación telefónica, Documentos escritos. Se imparte en Alemán o Francés, según elección del alumno
	Habilidades de comunicación interpersonal en el entorno turístico en Inglés	Comunicación. Socialización. Comunicación telefónica. Documentos escritos en Inglés
	Relaciones interculturales en el entorno profesional en Alemán o Francés	Aprender diferentes rasgos culturales para comunicarse de manera efectiva en el entorno profesional en Alemán o Francés. Elementos de escucha activa, buenos hábitos en las relaciones y correcta expresión en el entorno profesional.
	Relaciones interculturales en el entorno profesional en Inglés	Aprender diferentes rasgos culturales para comunicarse de manera efectiva en el entorno profesional en Inglés. Elementos de escucha activa, buenos hábitos en las relaciones y correcta expresión en el entorno profesional.
Bloque IV.- Proyección Profesional	Creación de empresas turísticas	Importancia del fenómeno emprendedor y función del emprendedor. Detección, generación y análisis de oportunidades de negocio: la innovación como fuente de ventajas competitivas Identificación de recursos, organización, planificación e implantación del proyecto empresarial. El tratamiento del turismo en la Unión Europea.
Tiene como objetivo acercar a los estudiantes al mundo laboral.	Trabajo de fin de grado	Presentación y defensa de un trabajo de fin de grado, consistente en un ejercicio de integración de los contenidos formativos recibidos y de las competencias recibidas
	Prácticas de empresa	Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del grado.

Competencias transversales

En la formación del estudiante hemos tenido en cuenta el desarrollo de habilidades para un adecuado desempeño de la actividad laboral. Las competencias transversales son una característica de la persona esencial en el ámbito laboral para aplicar los conocimientos al puesto de trabajo. De igual manera que hay que desarrollar los conocimientos, hay desarrollar estas competencias. Entre las que son trabajadas en el Grado de Turismo destacamos:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Solidez en los conocimientos básicos de la profesión.
- Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.
- Conocimiento de una segunda lengua.
- Habilidades elementales en informática.
- Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes
- Resolución de problemas.
- Toma de decisiones.
- Capacidad de crítica y autocrítica.
- Trabajo en equipo.
- Habilidades en las relaciones interpersonales.
- Capacidad para un compromiso con la calidad ambiental.
- Capacidad de aprender.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
- Liderazgo.
- Habilidad para trabajar de forma autónoma.
- Planificar y dirigir.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.
- Inquietud por la calidad.
- Inquietud por el éxito.
- Trabajar en entornos de presión.

Prácticas en empresas

El régimen de las prácticas de los alumnos universitarios de la Universidad de Cádiz se ajusta a la regulación del Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre.

El objetivo es permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que les preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.

Las prácticas académicas externas son actividades formativas realizadas por los alumnos universitarios y supervisadas por la Universidad de Cádiz, cuyo objetivo es permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que le preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.

Las prácticas académicas externas pueden ser:

- **CURRICULARES.** Las prácticas curriculares se configuran como actividades académicas integrantes de un Plan de Estudios conducente a la obtención de un título

universitario oficial. El portal de prácticas curriculares de la Universidad de Cádiz es <https://gades.uca.es/>

EXTRACURRICULARES. Las prácticas extracurriculares son aquellas que los alumnos pueden realizar con carácter voluntario durante su periodo de formación y que, aun compartiendo los mismos fines que las prácticas curriculares, no forman parte del correspondiente Plan de Estudios. No obstante, serán contempladas en el Suplemento Europeo al Título, conforme determine la normativa vigente. La información para las prácticas extracurriculares puede encontrarla en <https://icaro.ual.es/>

Contacto

Página web: <http://facultadccsociales.uca.es>

Correo: facultad.ccsociales@uca.es

Teléfono: 956 037008