Información Turística



Sku: PD314

Horas: 80

Formato: FLASH

OBJETIVOS

Objetivos Generales

- Conocer en profundidad el servicio de información turística y su importancia estratégica dentro de la industria turística.
- Conocer, entender y asumir la importancia del papel del informador turístico como pieza clave dentro del engranaje del servicio de información.
- Conocer la importancia de la búsqueda de la excelencia en el sector turístico.

Objetivos Específicos

- Conocer el concepto de Turismo a través de definiciones establecidas por diferentes autores, en diferentes momentos históricos.
- Familiarizarse con una cronología básica del turismo atendiendo a los factores que influyeron de una manera determinante en el devenir de los hechos turísticos documentados.
- Conocer la naturaleza propia de la industria turística en nuestro entorno de referencia.
- Conocer la situación del sector turístico en España de una manera contextual.
- Conocer la definición de Información Turística y desarrollar su concepto.
- Diferenciar los conceptos de información turística y sistema de información turística, así como aplicar las derivaciones activa y pasiva de ambos conceptos.
- Entrar en contacto con los conceptos de “geografía turística” y “geografía del turismo” como paso previo para entender la clasificación de los recursos turísticos.
- Conocer la existencia de diferentes tipologías de recursos turísticos y su ordenación como sustrato para las distintas modalidades turísticas.
- Conocer el concepto de denominación geo-turística, así como las distintas regiones turísticas del mundo. Conocer algunas denominaciones geo-turísticas de nuestro país.
- Saber qué es y cómo confeccionar un inventario de recursos turísticos. Trabajar sobre el concepto y el proceso de inventario.
- Conocer las fuentes de información y entender las diferencias existentes entre cada uno de los tipos de fuente de información existente.
- Conocer el concepto de catálogo de recurso turístico.
- Conocer el proceso de servucción de la información turística y sus diferentes fases.
- Establecer una serie de actitudes conductuales en la prestación del servicio de información turística.

- Entender las diferentes posibilidades de distorsión en el proceso de comunicación con los demandantes de información turística como primer paso para sortearlas.
- Diferenciar entre los diferentes tipos de discursos informativos en función de cada momento y situación dentro del proceso.
- Conocer las tipologías más importantes existentes de material informativo.
- Conocer la importancia del concepto “feedback” y los medios más habituales para conseguirlo.
- Conocer algunos de los elementos y características que forman parte del engranaje del servicio de información turística, principalmente en el entorno de la estructura del mercado de la información turística.
- Conocer los distintos puntos de información turística, sus diferentes características.
- Aproximarse a las nuevas vías telemáticas de comunicación con los usuarios del servicio de información, entender sus magnitudes.
- Relacionar algunos conceptos básicos de calidad turística con los elementos de tangibilización del servicio de prestación de información turística. Asumir la excelencia como el fin último de nuestro servicio.
- Conocer el orden de prelación de los órganos y administraciones públicas competentes en materia de información turística, tomando con base la cuidad de Sevilla y ampliando el perímetro administrativo del territorio hasta el más alto, el estatal.
- Conocer, entender y asumir la importancia del papel del informador turístico como pieza clave dentro del engranaje del servicio de información.
- Mejorar las capacidades profesionales orientadas a la prestación del servicio de información turística.
- Entender el rol de informador turístico dentro del servicio de información turística. Posicionarlo y entenderlos con perspectiva poligonal.
- Conocer el perfil del informador turístico y el profesiograma del puesto de trabajo en el que desarrolla sus funciones.
- Conocer y entender las tareas y funciones que competen a un profesional de la información turística en su puesto de trabajo.
- Conocer los distintos puntos de información turística, sus diferentes características.
- Introducir nociones sobre comunicación expositiva, leguaje no verbal, y participación afectivo-emocional rápida como medios de perfeccionamiento de las interacciones informador/solicitante de información.
- Entender la importancia de hablar 23 y saber afinar nuestra prestación del servicio de información turística en función de qué tipo de petición de información tengamos que satisfacer.
- Aproximarse a las nuevas vías telemáticas de comunicación con los usuarios del servicio de información, entender sus magnitudes, saber utilizarlas.
- Conocer los conceptos básicos relacionados con las nuevas tecnologías en el turismo.
- Entender la relevancia de internet dentro del nuevo escenario turístico mundial.
- Familiarizarse con los conceptos de Web 2.0 y redes sociales. Conocer los principales exponentes de estas nuevas realidades.
- Aproximarse a los fenómenos Facebook, Blogging y Pic-Posting.
- Familiarizarse con las nuevas vías de comercio electrónico. PayPal como estándar de pago en internet.
- Introducir conceptos básicos de calidad turística. Asumir la excelencia como el fin último de nuestro servicio.

- Conocer el espectro organizativo de la normalización y certificación de calidad.
- Conocer las normas ISO más comunes en Turismo.
- Familiarizarse con ICTE y el concepto de la Q de calidad turística.

CONTENIDOS

Unidad 1: Concepto y Características de la Información Turística

- Historia del Turismo
- Evolución del Turismo en España
- Concepto de Información Turística
- Diferencias entre Información Turística Activa y Pasiva

Unidad 2: Inventario y Catálogo de los Recursos Turísticos

- Definición y Conceptos Generales
- Factores que determinan la clasificación turística del territorio
- Regiones Turísticas y Denominaciones Geoturísticas
- Regiones Emisoras y Receptoras de Turismo
- Los Recursos Turísticos en España
- El inventario de Recursos Turísticos
- Las Fuentes de Información
- Tipología de los Recursos Turísticos
- El catálogo de los Recursos Turísticos

Unidad 3: El Proceso de la Información Turística

- El Proceso de la Información Turística

Unidad 4: El Medio, Puntos de Prestación del Servicio y Recursos para la Información Turística

- Introducción a la Estructura de la Información Turística
- Puntos de Información Turística (PIT) y Oficinas de Turismo (OT)
- La Red de Oficinas de Turismo de Andalucía ¿Qué es?
- Los Recursos para la Información

Unidad 5: Perfil Profesional y Profesiograma del Informador Turístico

- El Profesiograma
- El Perfil Profesional
- Nuevas Tendencias en la Prestación del Servicio de Información Turística

Unidad 6: Nuevas Tecnologías en la Información Turística

- El Nuevo Escenario para la Información Turística
- El cambio
- Internet y su Evolución

- La Web 2.0 y las Redes Sociales. El Futuro
- La Cultura del Comercio Electrónico

Unidad 7: Calidad Total en el Turismo

- Conceptos Relativos a la Calidad
- Círculos de Calidad
- Normalización y Certificación
- Calidad Turística Española