



Universidad  
de Alcalá

# GUÍA DOCENTE

## OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN II

**Grado en Turismo**  
**Universidad de Alcalá**

---

**Curso Académico 2018/2019**

Segundo curso - Segundo cuatrimestre

## GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN II
Código:	680017
Titulación en la que se imparte:	GRADUADO EN TURISMO
Departamento y Área de Conocimiento:	ESTRUCTURA ECONÓMICA, ESTADÍSTICA Y ORGANIZACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL ECONOMÍA
Carácter:	BÁSICA
Créditos ECTS:	6
Curso:	2
Profesorado:	Dra. M <sup>a</sup> Jesús Such Devesa Prof. Juan Navarro Barrios
Horario de Tutoría:	A convenir con el profesor previa petición por e-mail.
Idioma en el que se imparte:	Español

### 1. PRESENTACIÓN

Esta asignatura se destina a los estudiantes del segundo curso del Grado en Turismo, también del Grado de Turismo y Administración y Dirección de empresas, impartándose en el segundo cuatrimestre.

Teniendo en cuenta que el programa docente diseñado pretende fomentar el aprendizaje activo, diferenciar entre el conocimiento científico y el vulgar, generar un espíritu crítico, así como despertar la curiosidad y la iniciativa intelectual del alumno, se asume que debe realizarse una consideración específica sobre la programación docente de la asignatura Operaciones y Procesos de Producción II: el alumno conoce los principios básicos de la Teoría Económica, maneja el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía y la Economía de la Empresa; así como las nociones fundamentales de la gestión, planificación y control de las operaciones en la industria de servicios.

Según lo expuesto, la meta docente puede concretarse en la consecución de los siguientes objetivos: En primer lugar, dotar a los alumnos de los instrumentos necesarios para que adquieran los conocimientos teóricos suficientes que les permitan afrontar, entender, valorar y desarrollar los diferentes aspectos relacionados con las operaciones y los procesos de producción de los diferentes subsectores turísticos (restauración, eventos, intermediación turística, eventos y congresos, transporte y logística, investigación sector público y asesoría turística. En segundo lugar, profundizar en el conocimiento de los principales agentes que intervienen en las empresas turísticas y de sus conductas.

## Prerrequisitos y Recomendaciones

El estudiante debe conocer los principios básicos de la Teoría Económica, manejar el vocabulario básico, científico y especializado aplicable al estudio teórico de la Economía y la Economía de la Empresa; así como las nociones fundamentales de la gestión, planificación y control de las operaciones en la industria de servicios

**MUY IMPORTANTE:** Las fichas de la asignatura, siempre con una fotografía actualizada, deberán ser entregadas por los alumnos antes del día primero de febrero. Se entregará una por profesor.

Su entrega será imprescindible para la realización de las actividades de evaluación continua así como la realización de los exámenes. Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carnet universitario, DNI, pasaporte).

Asimismo, se utilizará el Entorno de Publicación Docente, como mecanismo de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación, en su caso.

Se recomienda que el alumnado realice un estudio continuado de la asignatura relacionando las distintas lecciones entre sí, esta buena práctica le permitirá reducir a largo plazo el tiempo de estudio invertido mejorando notablemente su eficacia.

## ¿Por qué Operaciones y Procesos de Producción en el Grado en Turismo?

Tal y como se anticipa en el programa de Economía, la importancia del Turismo como actividad económica es innegable, en especial para países como España. Cabe esperar que el egresado en Turismo sepa valorar convenientemente la dimensión económica de las actividades turísticas.

El carácter multidisciplinar del Turismo, a la vez que enriquecedor para el alumno, también exige una mente abierta y capacidad para enfrentarse al fenómeno turístico desde diferentes perspectivas, tanto desde el punto de vista académico como de la praxis. La gestión en el Turismo es un asunto nuclear y esta materia permite profundizar en el conocimiento de las actividades turísticas desde una perspectiva más práctica al permitir al alumno enfrentarse al proceso de toma de decisiones en el seno de las empresas que operan en el sector turístico. Además, permite avanzar en el conocimiento de conceptos, metodologías, realidades y tendencias relacionadas con los mercados turísticos que después de desarrollan en profundidad en los itinerarios propuestos en el Grado.

A partir de los conocimientos adquiridos en otras materias, en particular en Estructura del Mercado Turístico, en Operaciones y Procesos de Producción se profundiza en el conocimiento de las distintas tipologías de empresas turísticas y su organización funcional que les permita conocer, comprender y analizar las operaciones y los procesos de producción que tienen lugar en los diferentes mercados y subsectores turísticos (restauración, intermediación, transportes y logística, ocio, eventos, investigación sector público y asesoría turística).

## 1.b PRESENTATION

Operations and Production Processes II is a compulsory subject of 6 ECTS that students of the second year Bachelor in Tourism is intended, being imparted in the second quarter. The main objective of this course is to provide students with sufficient theoretical knowledge to enable them to confront,

understand, evaluate and develop generic and specific skills required in the field of operations and production processes of the different tourism subsectors. And this, to deepen the knowledge of the key players involved in tourism enterprises and their behavior.

The educational goal can be realized in achieving the following objectives: First, to give students the theoretical knowledge and the necessary skills. Second, consolidate that knowledge by applying it to real situations simulated in a productive context using collaborative learning techniques. And third, awakening the entrepreneurial spirit of students.

The course is developed in contact classes in large group and small in order to strengthen and consolidate learning groups. The internship program integrates fundamental theoretical contents of the program, improving the understanding of the concepts by applying them in case studies that simulate real situations of the companies belonging to sectors or branches of tourism.

## 2. COMPETENCIAS

El alumno debe ser consciente de que las competencias son una combinación de conocimientos, habilidades (intelectuales, manuales, sociales, etc.), actitudes y valores que capacitarán a un titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto en un contexto académico, profesional o social determinado.

Por consiguiente, tanto en el desarrollo de la asignatura como en los mecanismos de evaluación propuestos no sólo se valorarán conocimientos (a lo que tradicionalmente estamos más acostumbrados) sino también otras habilidades y actitudes que están recogidas en la memoria del Graduado en Turismo por la Universidad de Alcalá.

Todas las asignaturas, por tanto, han de contribuir de una forma y otra a que el alumno adquiera tanto las competencias y conocimientos propios de cada una de las materias como aquellas competencias de carácter más trasversal.

Bajo este marco, las competencias a adquirir en esta materia se dividen en dos categorías: genéricas y específicas.

### Competencias genéricas:

1. Capacidad de lectura comprensiva, análisis y síntesis.
2. Manejar fuentes de información económica e interpretar dicha información.
3. Capacidad de argumentación con el apoyo de los libros de textos, artículos, notas y otras referencias proporcionadas en la asignatura.
4. Capacidad para comunicar ideas y expresarse de forma correcta oral y escrita.
5. Fortalecer la habilidad de aprendizaje autónomo y de trabajo en equipo.
6. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

### Competencias específicas:

1. Conocer el procedimiento operativo de los ámbitos de restauración, intermediación turística, transportes, organización de eventos, ocio, e investigación, sector público y asesoría turística tanto pública como privada.
2. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
3. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
4. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.

5. Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
6. Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.
7. Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
8. Manejar técnicas de comunicación.
9. Creatividad.
10. Innovación.
11. Iniciativa y espíritu emprendedor.
12. Motivación por la calidad normalizada.

### 3. CONTENIDOS

#### Contenidos:

- Tema 1:** Operaciones y procesos en empresas de restauración.
- Tema 2:** Operaciones y procesos en empresas de intermediación turística (AA. VV.).
- Tema 3:** Operaciones y procesos en eventos y congresos.
- Tema 4:** Operaciones y procesos en empresas de transporte turístico.
- Tema 5:** Operaciones y procesos en investigación, sector público y asesoría turística.
- Tema 6:** Operaciones y procesos en empresas de ocio.

#### Programación de los contenidos

Parte	Temas	Total horas, clases, créditos o tiempo de dedicación
	• 1	• 5 horas presenciales
	• 2	• 6 horas presenciales
	• 3	• 6 horas presenciales
	• 4	• 5,5 horas presenciales
	• 5	• 5,5 horas presenciales

	• 6	• 5 horas presenciales
--	-----	------------------------

El programa de prácticas integra los contenidos fundamentales del programa de teoría, mejorando la comprensión de los conceptos mediante la aplicación de los mismos en casos prácticos que simulan situaciones reales de las empresas pertenecientes a los subsectores o ramas de la actividad turística.

Las prácticas están planteadas en torno a las siguientes cuestiones:

- Cuatro prácticas para resolver situaciones reales en empresas de: mercado de reuniones, restauración, intermediación turística e investigación, sector público y asesoría turística.
- Una práctica grupal realizada a lo largo de todo el curso sobre la organización de un evento.

Las prácticas están planteadas y deben ser presentadas en español e inglés, con el objetivo del entendimiento común de todos los participantes, así como fomentar el uso cotidiano de esta última lengua, tal y como se realiza en el ámbito de la empresa turística.

### Cronograma (Optativo)

Semana / Sesión	Contenido
<b>01<sup>a</sup></b>	• Tema 1
<b>02<sup>a</sup></b>	• Tema 1
<b>03<sup>a</sup></b>	• Tema 2
<b>04<sup>a</sup></b>	• Tema 2
<b>05<sup>a</sup></b>	• Tema 2
<b>06<sup>a</sup></b>	• Temas 3
<b>07<sup>a</sup></b>	• Tema 3
<b>08<sup>a</sup></b>	• Temas 3 y 4
<b>09<sup>a</sup></b>	• Tema 4
<b>10<sup>a</sup></b>	• Temas 4
<b>11<sup>a</sup></b>	• Tema 5
<b>12<sup>a</sup></b>	• Temas 5
<b>13<sup>a</sup></b>	• Tema 6
<b>14<sup>a</sup></b>	• Tema 6
<b>15<sup>a</sup></b>	• PRUEBAS FINALES (Prueba no programada y trabajo fin de curso).

#### 4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las estrategias metodológicas para favorecer un aprendizaje activo y duradero de esta materia se detallan a continuación.

##### **Clases presenciales en grupo grande:**

El alumno dispondrá con antelación suficiente los materiales necesarios para el seguimiento de las clases presenciales (en grupo grande, teóricas) donde los objetivos esenciales son:

- Realizar una presentación de los elementos esenciales sobre cada tema.
- Destacar las cuestiones más importantes y resaltar aquellos ítems de aprendizaje de cada uno de los temas que el alumnado debe contrastar (en su trabajo autónomo) que ha adquirido.
- Presentar una colección de cuestiones básicas que ligan los análisis de la producción de las empresas de servicios efectuados, con la problemática concreta del turismo.

Número de horas aproximado: 17 horas

##### **Clases presenciales en grupo reducido:**

El alumno deberá desarrollar alguna tarea planteada durante estas sesiones, para su posterior presentación o debate. La clave en las mismas es su participación activa, a través de preguntas, respuestas o exposiciones y el trabajo realizado, bien en grupo o individualmente.

Las estrategias se detallarán específicamente para cada tema pero se realizarán básicamente:

- Desarrollo de programa de prácticas.
- Exposiciones.

Número de horas aproximado: 14 horas

**En estas actividades se utilizará como complemento la plataforma del Entorno de Publicación Docente (EPD).**

Número de horas totales: 150

Número de horas presenciales: 33	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría: 17</li> <li>• Práctica: 14</li> <li>• Evaluación global: 2</li> </ul>
Número de horas del trabajo propio del estudiante: 117	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de prácticas: 70 horas</li> <li>• Estudio autónomo: 47</li> </ul>

Estrategias metodológicas

Clases presenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teóricas o teórico-prácticas en grupos grandes o en grupos reducidos.</li> <li>• Clases expositivas para presentar tema (exposición), introducir a los alumnos en una temática compleja, realizar conclusiones.</li> <li>• Clases para el desarrollo, aplicación, profundización de conocimientos a través de diferentes estrategias: estudio de casos, resolución problemas.</li> <li>• Seminarios para temas específicos y posterior elaboración de un trabajo.</li> <li>• Tutorías colectivas.</li> </ul>
Trabajos autónomos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecturas.</li> <li>• Realización de actividades: ejercicios, ejemplificaciones, búsqueda de información relevante para el turismo. Planteamiento de cuestiones. Trabajos.</li> </ul>
Tutorías individualizadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento individual o grupal.</li> </ul>

## Materiales y recursos

Plataforma del entorno de publicación docente (EPD).

Programa de contenidos teóricos y prácticas.

Prensa especializada.

Estudios e información contenidos en:

<a href="http://www.mcx.es/turismo/dgt">www.mcx.es/turismo/dgt</a>	Dirección General de Turismo
<a href="http://www.ine.es">www.ine.es</a>	Instituto Nacional de Estadística
<a href="http://www.unwto.org">www.unwto.org</a>	Organización Mundial de Turismo
<a href="http://www.iet.tourspain.es">www.iet.tourspain.es</a>	Instituto de Estudios Turísticos
<a href="http://www.editur.es">www.editur.es</a>	Noticias on-line de la industria turística
<a href="http://www.cehat.com/">www.cehat.com/</a>	Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
<a href="http://www.hosteltur.com">www.hosteltur.com</a>	Noticias on-line de Hostelería y Turismo
<a href="http://www.travelweekly.co.uk">www.travelweekly.co.uk</a>	Noticias on-line sobre la industria de viajes
<a href="http://www.tourismpartnership.org/">www.tourismpartnership.org/</a>	International Tourism Partnership
<a href="http://www.t-ti.com">www.t-ti.com</a>	Travel and Tourism Intelligence
<a href="http://www.wttc.org">www.wttc.org</a>	World Travel & Tourism Council
<a href="http://www.ectaa.org">www.ectaa.org</a>	Asociación Europea de Agencias de Viajes
<a href="http://www.wtoa.org">www.wtoa.org</a>	Asociación Europea de Touroperadores
<a href="http://www.hotrec.org">www.hotrec.org</a>	Asociación Europea de Hostelería



<a href="http://www.ecotourism.org">www.ecotourism.org</a>	Asociación Internacional de Ecoturismo
<a href="http://www.ih-ra.com">www.ih-ra.com</a>	Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes
<a href="http://www.aena.es">www.aena.es</a>	Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea
<a href="http://www.alimarket.com">www.alimarket.com</a>	Información Económica Sectorial
<a href="http://www.tourspain.es">www.tourspain.es</a>	Turespaña
<a href="http://www.ictes.es">www.ictes.es</a>	Instituto para la Calidad Turística Española
<a href="http://www.aedave.es">www.aedave.es</a>	Asociación Empresarial de Agencias de Viajes españolas
<a href="http://www.iet.tourspain.es/cdte">www.iet.tourspain.es/cdte</a>	Centro de Documentación Turística de España
<a href="http://www.exceltur.org/">www.exceltur.org/</a>	Exceltur
<a href="http://www.hvs.com">www.hvs.com</a>	Consultora turística HVS
<a href="http://www.strglobal.com">www.strglobal.com</a>	Consultora turística STR Global
<a href="http://www.hotelsnewsnow.com">www.hotelsnewsnow.com</a>	Noticias globales sector hotelero
<a href="http://www.fehr.es">www.fehr.es</a>	Federación Española de Hostelería
<a href="http://www.scb.es">www.scb.es</a>	Spain Convention Bureau
<a href="http://www.madrid.org">www.madrid.org</a>	D.G. Turismo Comunidad de Madrid
<a href="http://www.jccm.es/turismo">www.jccm.es/turismo</a>	Consejería Turismo y Artesanía Junta Castilla La Mancha
<a href="http://www.iso.org">www.iso.org</a>	Organización Internacional de Normalización

## 5. EVALUACIÓN

### Criterios de evaluación

En términos generales, la evaluación no sólo valorará conocimientos sino también el resto de habilidades y competencias.

Por tanto, para los contenidos, el alumnado debe demostrar a lo largo del curso:

- Que comprende los conceptos e ideas principales de cada uno de los bloques.
- Que sabe integrar y aplicar los contenidos a situaciones diversas aplicadas al turismo.
- Que elabora ideas coherentes.
- Que es capaz de resolver los problemas de modo comprensivo.
- Que tiene capacidad de síntesis.
- Que es cuidadoso con la presentación y riguroso en sus planteamientos.

Con independencia de que en cada tarea se expliciten adecuadamente los criterios de clasificación de cada una de ellas, en un paper o ejercicio escrito se analizarán los siguientes ítems (**a modo de ejemplo**):

	100	75	50	25	0	
Ejercicio bien estructurado						Ejercicio mal estructurado o incompleto
Objetivos fundamentados y claros.						No se especifican Objetivos.
Metodología bien expuesta.						Mal o no se explica
Se utiliza la bibliografía necesaria						No hay indicios de que se haya utilizado
Adecuado uso de la terminología y corrección ortográfica y gramatical						Uso inadecuado y faltas ortográficas y errores gramaticales

Corrección en el análisis					Análisis incorrecto
Acierto en la interpretación					Interpretación deficiente o inexistente
Conclusión clara y correcta					Confusa, o no la hay
Rigor expositivo					Texto poco riguroso
Formato adecuado de texto, tablas y figuras					Inadecuado
Trabajo original					Trabajo copiado
Trabajo bien presentado (calidad)					Trabajo mal presentado (falta de calidad)

Para aquellas actividades que supongan una exposición en clase – bien de alguna cuestión, ejercicio o caso práctico, los criterios de evaluación serán, a título de ejemplo, los siguientes:

Sobre el contenido de la exposición:

Preparación previa (Exposición bien preparada --- Evidencias claras de falta de preparación).

Dominio del tema de la exposición (Alto, bajo o nulo).

Organización (Estructurada, poco estructurada, desestructurada).

Pertinencia (Se ajusta a la tarea, Desajustada).

Rigor académico (alto, bajo o nulo).

Sobre la ejecución de la exposición:

Adecuado control del tiempo (con control, sin control).

Velocidad adecuada (demasiado lenta o demasiado rápida).

Audición (Clara o confusa).

Atención suscitada (mantiene la atención, no la mantiene).

Amenidad expositiva (Ameno o aburrido).

### Criterios de calificación

Según el R.D 1125/2003 que regula el Suplemento al Título las calificaciones deberán seguir la escala de adopción de notas numéricas con un decimal y una calificación cualitativa:

0,0 - 4,9	SUSPENSO (SS)
5,0 - 6,9	APROBADO (AP)
7,0- 8,9	NOTABLE (NT)
9,0 - 10	SOBRESALIENTE (SB)
9,0 – 10	MATRÍCULA DE HONOR, limitada ó 5%

En todo caso, el crecimiento decimal se realizará en tramos de 0.5 puntos.

Los alumnos obtendrán su calificación de acuerdo a:

Adquisición, comprensión conocimientos:	30%
Aplicación de los conocimientos a situación reales:	30%
Originalidad, aprendizaje activo:	20%
Participación individual o en grupo:	20%

### Procedimientos de evaluación

El desarrollo metodológico de la materia está concebido para un aprendizaje activo, participado, continuo y acumulativo. De tal forma que la evaluación continua será la norma general del curso, de acuerdo con la filosofía del “Proceso de Bolonia”.

No obstante, y con carácter excepcional, el alumno podrá optar **al inicio del curso** entre someterse a evaluación continua o presentarse sólo a una evaluación final.

#### EVALUACIÓN CONTINUA

Resolución de tareas programadas a lo largo del curso (4 tareas prácticas):	25%
Realización de un trabajo final de curso programado a lo largo del mismo (1)	50%
Controles o pruebas no programadas (1):	25%

Aquellos alumnos que en la evaluación continua no superen un mínimo de competencias establecidas deberán realizar una prueba final que permita valorar el grado de adquisición de las competencias que no ha demostrado adquirir a lo largo del curso.

#### EVALUACIÓN FINAL

Aquellos alumnos que por su falta de asistencia a las sesiones presenciales debido a la renuncia expresa a la evaluación continua en las fechas establecidas al inicio del curso, podrán acceder a una evaluación final en el mes de mayo, que permita valorar si el aprendizaje individual ha sido suficiente o no para adquirir las competencias requeridas.

También, los profesores de la asignatura pueden determinar pruebas de autoevaluación a través del aula virtual o entorno de publicación docente para permitir al alumno conocer su progreso. Estas pruebas de autoevaluación no se tendrán en cuenta para la evaluación continua ni final.

#### EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Adicionalmente, todo el alumnado que en las fases anteriores no haya superado el mínimo de competencias establecidas, podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio con la finalidad de realizar una prueba final que permita valorar el grado de adquisición de las competencias que no ha demostrado adquirir a lo largo del curso.

En términos generales, igual que en las evaluaciones continuada o final, la evaluación de la convocatoria extraordinaria no sólo valorará conocimientos sino también el resto de habilidades y competencias, sobre la base de una prueba objetiva.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía Básica

Heizer, J., Render, B. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones. Decisiones estratégicas*. Pearson Prentice Hall, ISBN 9788483223604.

Bayón, F., Martín, I. (2004) *Operaciones y Procesos de producción en el sector turístico*. Editorial Síntesis, ISBN 8497561732.

Navarro Barrios, Juan (2018). *Apuntes de clase: Operaciones y procesos de producción II*.

### Bibliografía Complementaria

Blasco, Bachs, Bancells y Vives (2006) *Manual de gestión de producción de Alojamiento y Restauración*. Editorial Síntesis, ISBN 8497564103.

González, L. (2002) *Dirección hotelera operaciones y procesos*. Editorial Síntesis, ISBN 8477389403.

Martín, I. (2004) *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Editorial Pirámide, ISBN 8436818679.

UOC (2010) *Gestión pública del turismo*, ISBN 9788497880282.

Ramos, M. (2007) *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Editorial Trea, ISBN 9788497043281.

Ramirez, C. (2006) *Calidad total en las empresas turísticas*. Editorial Trillas, ISBN 978466550864.

Cano de Mauvesín, J. (2006) *Turismo cultural manual del gestor de patrimonio*. Editorial Almuzara, ISBN 849339016X.

Puertas, X. (2007) *Gestión del ocio en el ámbito turístico*. Editorial Síntesis, ISBN 9788497565110.

Triviño, Y. (2006) *Gestión de eventos feriales diseño y organización*. Editorial Síntesis, ISBN 9788497564007.

Alonso, M. (2006) *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Editorial Síntesis, ISBN 8497564359.

Page, S. y Ateljevic, J. (2009): *Tourism and Entrepreneurship: international perspectives*, BH Elsevier.

Page, S. (2009): *Tourism Management: managing for change*, BH Elsevier.

### Recursos electrónicos

<b>REVISTAS ACADÉMICAS Y CIENTÍFICAS</b>
ANNALS OF TOURISM RESEARCH
ANNALS OF TOURISM RESEARCH EN ESPAÑOL
CORNELL HOTEL AND RESTAURANT ADMINISTRATION QUARTERLY
CUADERNOS DE TURISMO
ESTUDIOS TURÍSTICOS
JOURNAL OF HOSPITALITY & TOURISM RESEARCH
JOURNAL OF TRAVEL RESEARCH
PAPERS DE TURISME
TOURISM ECONOMICS
TOURISM MANAGEMENT
TRAVEL AND TOURISM ANALYST