

Guia docent de l'assignatura "Comercialització electrònica en el sector hoteler"

I. IDENTIFICACIÓ

- ✓ **Nom de l'assignatura:** Comercialització electrònica en el sector hoteler
- ✓ **Codi:** 103781
- ✓ **Titulació:** Grau en Direcció Hotelera
- ✓ **Curs acadèmic:** 2016-17
- ✓ **Tipus d'assignatura:** Optativa
- ✓ **Crèdits ECTS (hores):** 3 (75)
- ✓ **Període d'impartició:** Semestral
- ✓ **Idioma en que s'imparteix:** Anglès
- ✓ **Professorat:** Carme Ruiz

II. PRESENTACIÓ

L'assignatura pretén dotar a l'alumne de quart curs del Grau en Direcció Hotelera les habilitats informàtiques necessàries per desenvolupar la seva feina dins de les empreses del sector hoteler treballant amb el sistema de distribució global Amadeus i aprenent diferents tècniques per gestionar les xarxes socials i el màrqueting *online*.

III. OBJECTIUS FORMATIUS, COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

OBJECTIUS FORMATIUS

Al finalitzar l'assignatura l'alumne haurà de ser capaç de:

1. Conèixer el funcionament bàsic de l'aplicació d'hotels d'Amadeus i la interfície Amadeus Selling Platform.

2. Analitzar les accions d'un *community manager* i desenvolupar una estratègia de màrqueting adequada a les xarxes socials.
3. Conèixer com organitzar una campanya de màrqueting *online* amb els recursos disponibles.
4. Adquirir agilitat amb els suports informàtics propis del sector turístic.
5. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma aut noma.
6. Tenir capacitat d'auto avaluar els coneixements adquirits.
7. Treballar amb les tècniques de comunicació a tots els nivells.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES I RESULTATS DE L'APRENTATGE

CE19. Aplicar les tècniques més actuals de les tecnologies de la informació i de la comunicació i els nous sistemes de gestió als àmbits de planificació, gestió i direcció d'empreses, negocis i productes dels sectors de l'hoteleria i la restauració.

RESULTATS D'APRENTATGE

C19.2. Conèixer les tecnologies aplicades a la promoció, gestió i comercialització turística (Amadeus, Fidelio, Galileo, Sabre, etc.)

CE25. Demostrar que compren la relació i l'impacte dels sistemes d'informació en els processos de gestió d'empreses d'hoteleria i restauració.

RESULTATS D'APRENTATGE

CE25.1. Conèixer i aplicar les noves fórmules de comercialització i fidelització a través d'Internet i aplicar-les en la venda de productes i serveis del sector de l'hoteleria i la restauració.

C32. Elaborar plans de comercialització i promoció de les empreses dels sectors de l'hoteleria, especialment en el camp de la comercialització *online*.

RESULTATS D'APRENTATGE

CE32.4. Implementar les noves eines de la comercialització *online* amb l'objecte de millorar la gestió integral de l'empresa tant en l'àmbit de la gestió interna com a les relacions amb l'entorn.

IV. COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

- CT1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma aut noma.
- CT2. Tenir capacitat d'auto avaluar els coneixements adquirits.
- CT3. Adaptar-se als canvis tecnològics que vagin sorgint.
- CT4. Treballar amb les tècniques de comunicació a tots els nivells.

CT8. Demostrar habilitats de lideratge en la gestió dels recursos humans a les empreses hoteleres i de restauració

CT11. Gestionar i organitzar el temps.

CT12. Treballar en equip.

CT14. Demostrar orientació i cultura de servei al client.

CT16. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.

V. TEMARI I CONTINGUTS

I PART: GDS: Amadeus

Tema 1. Introducció, codificació

Tema 2. Aplicació d'hotels.

Tema 3. Sistema de cues

Tema 4. Amadeus Selling Platform

II PART: Màrqueting i noves tecnologies

Tema 5: El *Community Manager* a les empreses turístiques

5.1. Social Media

5.2. Tasques i eines

5.3. Social media i màrqueting al social media

5.4. Facebook, twitter i microblogging

5.5. Medició de resultats i  tica a la web 2.0.

Tema 6: Màrqueting *online*

6.1. Introducció al màrqueting *online*, anuncis, planificant una campanya

6.2. SEM, SEO i mesurament de resultats

6.3. Audiovisuals al màrqueting *online*

VI. BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- Amadeus España (2009): *Manual de Amadeus Selling Platform*, Madrid.
- Amadeus España (2009): *Prontuario de Amadeus Ticketing*, Madrid.
- Amadeus España (2009): *Prontuario de Reservas, tarifas y emisión*, Madrid.
- Del Pico, F. (1997): *Manual de Reservas Savia Amadeus*, Madrid: Opentour Ediciones.

Gretzel, U. & Xiang, Z. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management* 31, p. 179-188. Elsevier Ltd, Great Britain.

Larsen, J., Urry, J. & Axhausen, K.W. (2006). Networks and tourism: Mobile Social Life. *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, nº 1, pp. 244-262. Elsevier Ltd, Great Britain.

Webgrafia:

<http://www.tnooz.com/article/fifteen-of-the-best-social-media-campaigns-in-travel-so-far/>
<http://www.travelandleisure.com/smitty-2013>
<http://springnest.com/blog/social-media-travel-marketing/>
<http://www.tourism.australia.com/industry-advice/using-social-media.aspx>

Altres materials de suport en format digital i enllaços a pàgines web s'ofereixen al Campus Virtual.

VII. METODOLOGIES DOCENTS

L'assignatura funciona en base a tres metodologies d'ensenyament-aprenentatge:

a) Metodologia de la part teòrica de l'assignatura:

Explicacions presencials de tipus classe-magistral pel que fa als diferents temes del programa

b) Metodologia de la part pràctica de l'assignatura:

Realització i exposició a classe d'exercicis i de casos pràctics (individuals o en equip) realitzen consultes, reserves i cotitzacions de tarifes aèries reaccionats amb les explicacions teòriques (alguns exercicis es realitzaran fora d'horari de classe)

c) Metodologia de la part no presencial de l'assignatura (Campus Virtual):

La plataforma del Campus Virtual s'emprarà com a complement d'informació i mitjà de comunicació alternatiu a l'aula entre alumnes i professor. Al Campus Virtual hi haurà la fitxa de l'assignatura i els exercicis i casos, enllaços a pàgines web, etc.

VIII. AVALUACIÓ

L'avaluació de l'assignatura serà com segueix:

Avaluació continuada: Cada part de l'assignatura val un 50 % de la nota final. Dins de cada part l'avaluació serà com segueix: examen final: 60 %, exercicis de classe i estudi de casos: 40 %. La qualificació mínima per fer mitja entre les dues parts és de 4 sobre 10.

Avaluació única:

Hi haurà un examen final amb tot el contingut de l'assignatura per aquells estudiants que no hagin superat el sistema d'avaluació contemplat en el punt anterior i per aquells estudiants amb característiques especials (repetidors, estudiants amb mobilitat, etc.).

Re-avaluació:

Els alumnes que hagin obtingut una nota final entre 4 i 5 tenen dret a presentar-se a la convocatòria de re-avaluació. La nota final a obtenir en aquesta convocatòria no superarà el 5.

IX. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANT

TIPUS	ACTIVITAT	HORES	RESULTATS D'APRENTATGE
Activitats dirigides	Classes teòriques	26	CE19.2, CE19.3, CE25.1, CE25.2, CT1, CT2, CT3, CT4, CT14, CT15 CT16
	Resolució problemes	8	CE19.2, CE19.3, CE25.1, CE32.3, CE35.1 CT1, CT2, CT3, CT4, CT8, CT11, CT12, CT14, CT15 CT16
Activitats supervisades	Tutories	12	CE19.2, CE19.3, CE25.1, CE25.2, CE32.3, CT3, CT4, CT8, CT14, CT15 CT16
Activitats autònomes	Elaboració de treballs	9	CE19.2, CE19.3, CE25.1, CE32.3, CE35.1 CT1, CT2, CT3, CT4, CT8, CT11, CT12, CT14, CT15 CT16
	Exercicis i casos pràctics	20	
TOTAL		75	

X. TEMPORALITZACIÓ DE LA DOCÈNCIA

SETMANA	TEMA	MÈTODE	HORES
1	GDS AMADEUS PART 1 .Tema 1: Introducció sistema i codificació	Classes Magistrals Classe pràctica	2
2	2: Amadeus Hotels	Classes Magistrals	2

		Classe pràctica	
3	2: Amadeus Hotels	Classes Magistrals Classe pràctica	2
4	2: Amadeus Hotels	Classes Magistrals Classe pràctica	2
5	2: Amadeus Hotels	Classes Magistrals Classe pràctica	2
6	3: Cues 4: Amadeus Selling Platform	Classes Magistrals Classe pràctica	2
7	4: Amadeus Selling Platform	Classes Magistrals Classe pràctica	2
8	5: Community Manager	Classes Magistrals Classe pràctica	2
9	5: Community Manager	Classes Magistrals Classe pràctica	2
10	5: Community Manager	Classes Magistrals Classe pràctica	2
11	6: Màrqueting online	Classes Magistrals Classe pràctica	2
12	6: Màrqueting online	Classes Magistrals Classe pràctica	2
13	6: Màrqueting online	Classes Magistrals Classe pràctica	2
14	6: Màrqueting online	Classes Magistrals Classe pràctica	2
15	6: Màrqueting online	Classes Magistrals Classe pràctica	2

XI. EMPRENEDORIA I INNOVACIÓ

Per tal de fomentar l'esperit emprenedor es facilita a l'alumne les eines necessàries per tal que analitzi les possibilitats que les aplicacions treballades poden donar als nous projectes empresarials del món turístic. Aix  mateix les activitats a l'aula i en grup consoliden la relació entre persones amb la necessitat d'aportar sinergies per aconseguir objectius de grup consensuats i després convertits en projectes de futur empresarial.

L'assignatura aporta a l'estudiant la visió real i actual mitjançant els estudis i les investigacions que s'han de portar a termini en les activitats programades. Per altra banda el sistema avaluatiu compta amb autoavaluacions i l'avaluació comunitària com a complement a l'avaluació pròpia del docent per fer partícip a l'alumne del nivell assolit pel grup i per ensinistrar-lo en les tècniques de reflexió

davant de plantejaments oportuns o no satisfactoris pel bé d'un projecte empresarial, ja sigui individual o de grup.

Tots els treballs i les aportacions dels alumnes són disposats a l'abast de tot el grup de classe per tal de compartir els recursos creats aix  com per assegurar una creació aut ntica d'informació.