

Innovació en Turisme

Codi: 104960

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500894 Turisme	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Carme Ruiz Aguado

Correu electrònic: Carmen.RuizA@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)

Grup íntegre en anglès: Sí

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No hi ha cap requisit previ.

Objectius

L'assignatura pretén dotar a l'alumne de quart curs del Grau en Turisme de la capacitat d'anàlisi i pensament crític sobre les noves tendències del sector, la innovació i les pràctiques més adequades a implementar a les diverses tipologies d'empreses turístiques i professionals independents del sector per diferenciar-se de la competència i incrementar la seva quota de mercat.

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

- Analitzar les noves tecnologies aplicades al turisme i conèixer quines serien les més adients per implementar en cada cas.
- Treballar en equip.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma.
- Tenir capacitat d'auto avaluar els coneixements adquirits.
- Treballar amb les tècniques de comunicació i les noves tecnologies a tots els nivells.
- Desenvolupar el pensament crític.
- Estar al dia de les darreres novetats del sector.

Competències

- Argumentar de manera crítica, des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta al sector turístic.
- Demostrar iniciativa i actitud emprenedora en la creació i la gestió d'empreses del sector turístic.
- Demostrar que coneix el funcionament i l'evolució de diversos models turístics per seleccionar el més idoni i aplicar-lo a l'entorn actual.
- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.

- Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
- Innovar tant en la planificació i la comercialització turístiques com en la gestió d'organitzacions turístiques.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
- Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
- Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.
- Tenir orientació de servei al client.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar les diferents eines de gestió i planificació que permetin impulsar el desenvolupament del sector turístic.
2. Argumentar les bones pràctiques, les tendències i els plantejaments més actuals davant dels reptes que comporta el desenvolupament del turisme.
3. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
4. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
5. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
6. Distingir les iniciatives, projectes turístics i negocis més rellevants i actuals per impulsar l'esperit emprenedor en la creació i la millora d'empreses i productes turístics.
7. Extrapolar experiències de l'estudi i l'exposició d'exemples i casos reals del sector turístic.
8. Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
9. Identificar les bases que donen lloc a la creació de noves tendències al sector turístic.
10. Identificar les tendències més actuals i les millors pràctiques per innovar en la planificació, la direcció i la comercialització en entitats, productes i organitzacions turístiques.
11. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
12. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
13. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
14. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
15. Tenir orientació de servei al client.
16. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
17. Treball en grup.

Continguts

Tema 1. Noves tendències, tecnologies i innovacions en el sector turístic.

Tema 2. Travel blogs i travel bloggers

Tema 3. *Revenue Management*

Tema 4. Creació i disseny de viatges combinats

Metodologia

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

a) Metodologia teòrica: Explicacions presencials de tipus classe-magistral pel que fa als diferents temes del programa i que permetran a l'estudiant desenvolupar la metodologia pràctica.

b) Metodologia pràctica: Recerca de casos reals per part dels alumnes i posada en comú-debat amb la resta de companys, prova de les diverses eines tecnològiques explicades a classe i aprenentatge del seu funcionament .

c) Seminaris, conferències i/o visites a empreses del sector obligatòries a càrrec de professionals del sector.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes pràctiques	7	0,28	2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Classes teòriques	20	0,8	1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Tutories	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	30	1,2	1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Resolució exercicis i casos pràctics	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Temps d'estudi	32	1,28	1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 15

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura serà:

Avaluació continuada. L'avaluació continuada consta del següent sistema:

a) La realització d'una prova el darrer dia de classe per validar els coneixements treballats a totes les activitats pràctiques de l'assignatura, que valdrà un 40% de la nota final que inclouran a més a més la matèria teòrica exposada a les classes magistrals.

b) La realització de diverses activitats pràctiques a l'aula i fora de l'aula relacionades amb els continguts teòrics treballats a classe que valdran un 60 % de la nota final (10% les activitats dels temes 1 i 2 i 20% les activitats dels temes 3 i 4). En el cas de la participació en un **Live Project** aquest substituirà a totes les activitats pràctiques i la seva nota final serà el 60 % de la nota final. Es valorarà una presentació formal correcta i una elaboració acurada.

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.) i que valdrà el 100% de la nota final.

Re-avaluació. Aquells alumnes que en la convocatòria d'avaluació única hagin obtingut una nota final entre 3,5 i 5 tindran dret a presentar-se a l'examen de re-avaluació. La nota màxima que l'alumne obtindrà en aquesta convocatòria és de 5.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-----	-------	------	--------------------------

Activitats tema 1	10% de la nota final	3	0,12	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 17
Activitats tema 2	10% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17
Activitats tema 3	20% de la nota final	3	0,12	1, 2, 7, 10, 12, 13, 14, 16, 17
Activitats tema 4	20% de la nota final	3	0,12	1, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17
Examen d'avaluació continuada	40% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16

Bibliografia

De Pablo Redondo, R. (2004). *Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

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

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.

Mangold, W. G. & Faulds, D. J. (2009). Social Media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, Vol. 52 (4), pp. 357-365.

Mauri, A.G.(2012). *Hotel revenue management: principles and practices*. Milano: Pearson.

Travaglini, A. et al. (2016). *Marketing digital turístico y estrategias de revenue management para el sector de la hostelería*. Barcelona: Marcombo.

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

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>

<http://www.blogtrw.com/en/>

www.sitefinity.com

<http://www.discoverhongkong.com/eng/plan-your-trip/travel-kit/mobile-apps.jsp>