

e-Commerce en Turisme

Codi: 104964

Crèdits: 3

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 prerequisit per cursar aquesta assignatura.

Objectius

L'assignatura pretén dotar a l'alumne de quart curs del Grau de Turisme de les habilitats informàtiques i comunicatives necessàries per comercialitzar productes turístics treballant algunes aplicacions del Sistema de Reserves Amadeus i analitzant els diversos canals de distribució existents per a cada tipologia d'empresa turística.

L'enfocament de l'assignatura és molt pràctic i es pretén que els continguts teòrics s'apliquen en forma d'exercicis i estudi de casos.

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

- Conèixer el funcionament de l'aplicació de cotxes, hotels, cues i Amadeus Selling Platform d'Amadeus (sistema global de distribució).
- Analitzar els diversos canals de distribució existents en el sector turístic
- Saber dissenyar la política de distribució d'una empresa turística
- Adquirir agilitat amb els suports informàtics propis del sector turístic.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge de forma autònoma.
- Tenir capacitat d'auto avaluar els coneixements adquirits.
- Treballar amb les tècniques de comunicació a tots els nivells.

Competències

- Aplicar les eines de les tecnologies de la informació i de la comunicació (programes de gestió de reserves, paquets de gestió d'agències de viatges, programes de gestió hotelera, etc.) als àmbits de gestió, planificació i productes del sector turístic.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Ser capaç d'autoavaluar-se els coneixements adquirits.

- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
2. Identificar els sistemes d'informació i aplicar els programes de comercialització turística.
3. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
4. Ser capaç d'autoavaluar-se els coneixements adquirits.
5. Treball en grup.

Continguts

I PART: DISTRIBUCIÓ TURÍSTICA:

Tema 1: La distribució turística: Definició conceptual, esquema de la comercialització turística, situació actual i estratègies de distribució.

Tema 2: Els canals de distribució. Anàlisi de la utilització dels diferents canals de distribució per part de les diferents tipologies d'empreses turístiques existents (hotels, companyies aèries, empreses de creuers, agències de viatge, etc.)

II PART: GDS- AMADEUS

Tema 1. Aplicació de cotxes

Tema 2. Aplicació d'hotels

Metodologia

L'assignatura funciona en base a dues 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) relacionats amb els continguts de les dues parts de l'assignatura.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes pràctiques	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5
Classes teòriques	8	0,32	2, 4
Estudi	10	0,4	1, 2, 3, 4
Exercicis i estudis de cas	11	0,44	1, 2, 3, 4, 5
Tipus: Supervisades			
Tutories	14	0,56	1, 4

Elaboració de treballs	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5
------------------------	----	------	---------------

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura serà:

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

a) La realització d'un examen pràctic que consisteix en la realització de diverses reserves amb Amadeus que valdrà un 30% de la nota final i que farà mitja amb les dues activitats pràctiques amb una nota mínima de 4 sobre 10.

b) La realització de dos activitats pràctiques de reserves d'Amadeus que valdran un 20 % de la nota final (10 % cadascuna d'elles).

c) La realització d'un cas pràctic de desenvolupament de l'estratègia de distribució d'una empresa turística que valdrà un 30 % de la nota final.

d) La realització d'activitats i/o estudis de cas relacionats amb la distribució de les empreses turístiques que valdran un 20% de la nota final.

En el cas de realitzar un **Live Project** les activitats c i d seran reemplaçades per aquest i la seva nota final constituirà el 50% de la nota final de l'assignatura.

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 pràctiques Amadeus (bloc I)	20% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5
Estudi de casos i activitats del bloc II	50% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5
Examen pràctic Amadeus (bloc I)	30% de la nota final	2	0,08	2, 3, 4

Bibliografia

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.

Buhalis, D. & Laws, E. (2001). *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*. Thomson, London.

Buhalis, D. (2008). Relationships in the Distribution Channel of tourism, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1:1, 113-139, DOI: 10.1300/J149v01n01_07.

Kracht, J. & Wang Y. (2010). "Examining the tourism Distribution channel: evolution and transformation". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22 Issue: 5, pp.736-757. <https://doi.org/10.1108/09596111011053837>.

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

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