

Temes de Turisme

Codi: 103757

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2502904 Direcció Hotelera	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 necessari per cursar aquesta assignatura.

Objectius

L'assignatura pretén dotar a l'alumne de quart curs del Grau en Direcció Hotelera de la capacitat d'anàlisi i pensament crític sobre l'excel·lència 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. Al finalitzar l'assignatura l'alumne haurà de ser capaç:

- 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'autoavaluar 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

- Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
- Definir i aplicar els objectius, les estratègies i les polítiques comercials a les empreses d'hoteleria i de restauració.
- Demostrar orientació i cultura de servei al client.
- Demostrar que comprèn la relació i l'impacte dels sistemes d'informació en els processos de gestió de les empreses d'hoteleria i restauració.
- Demostrar que coneix el caràcter dinàmic i evolutiu de la indústria hotelera i de restauració i la nova societat del lleure.
- Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.

- Demostrar un comportament ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
- Demostrar visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Desenvolupar i aplicar les polítiques d'internacionalització i de creixement sostenible a les empreses del sector.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Elaborar plans de comercialització i promoció de les empreses dels sectors de l'hoteleria i la restauració, especialment en el camp de la comercialització en línia.
- Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Gestionar i organitzar el temps.
- Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
- Treballar en equip.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
2. Aplicar la política comercial a les empreses hoteleres partint de les seves característiques distintives.
3. Demostrar orientació i cultura de servei al client.
4. Demostrar que es coneix el caràcter dinàmic i evolutiu de la indústria hotelera i de restauració i la nova societat del lleure.
5. Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
6. Demostrar un comportament ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
7. Demostrar visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
8. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
9. Estudiar els sistemes informàtics dinformació genèrics i específics i adaptar-los a les empreses dhoteleria.
10. Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
11. Gestionar i organitzar el temps.
12. Identificar i aplicar els elements estratègics fonamentals en el procés d'internacionalització de les activitats i de les empreses del sector hotelier.
13. Planificar i gestionar activitats sobre la base de la qualitat i la sostenibilitat.
14. Presentar i detallar plans específics de promoció i comercialització per a empreses hoteleres, incloent-hi especialment els mitjans en línia.
15. Treballar en equip.

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 dues 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) Seminari, conferències i/o visites a empreses del sector obligatòries a càrrec de professionals en actiu del sector per presentar algun dels temes o aplicacions tecnològiques incloses en el programa de l'assignatura.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

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

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 i 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 de tema 1 i 2 i 20 % les activitats dels temes 3 i 4). En el cas de participar en un **Live Project**, aquest contarà el total del valor de les activitats (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 pràctiques tema 1	10 % de la nota final	3	0,12	1, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 15

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

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/smittys-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>

Programari

No es fa servir cap programari específic.