

Innovación en Turismo

Código: 104960
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2500894 Turismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Carme Ruiz Aguado

Correo electrónico: Carmen.RuizA@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)

Algún grupo íntegramente en inglés: Sí

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

No haya prerequisites para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La asignatura pretende dotar al alumno de cuarto curso del Grado en Turismo de la capacidad de análisis y pensamiento crítico sobre las nuevas tendencias del sector, la innovación y las prácticas más adecuadas a implementar en las diversas tipologías de empresas turísticas y profesionales independientes del sector para diferenciarse de la competencia e incrementar su cuota de mercado.

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

- Analizar las nuevas tecnologías aplicadas al turismo y conocer cuáles serían las más adecuadas para implementar en cada caso.
- Trabajar en equipo.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Capacidad de auto evaluar los conocimientos adquiridos.
- Trabajar con las técnicas de comunicación y las nuevas tecnologías a todos los niveles.
- Desarrollar el pensamiento crítico.
- Estar al día de las últimas novedades del sector.

Competencias

- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar que conoce el funcionamiento y la evolución de diversos modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.

- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
- Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzar a los posibles cambios del entorno.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.
2. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.
3. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
4. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
5. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
6. Distinguir las iniciativas, proyectos turísticos y negocios más relevantes y actuales con el objeto de impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos.
7. Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico.
8. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
9. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.
10. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.
11. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
12. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
13. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
14. Tener orientación de servicio al cliente.
15. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzar a los posibles cambios del entorno.
16. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
17. Trabajo en grupo.

Contenido

Tema 1. Nuevas tendencias, tecnologías e innovaciones del sector turístico

Tema 2. Blogs de viaje y bloggers

Tema 3. *Revenue Management*

Tema 4. Creación y diseño de viajes combinados

Metodología

La asignatura funciona en base a tres metodologías de enseñanza-aprendizaje:

a) Metodología teórica: Explicaciones presenciales de tipo clase-magistral en cuanto a los diferentes temas del programa y que permitirán al estudiante desarrollar la metodología práctica.

b) Metodología práctica: Investigación de casos reales por parte de los alumnos y puesta en común-debate con el resto de compañeros, prueba de las diversas herramientas tecnológicas explicadas en clase y aprendizaje de su funcionamiento.

c) Seminarios, conferencias y / o visitas a empresas del sector obligatorias a cargo de profesionales del sector.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	7	0,28	2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15, 17
Clases teóricas	20	0,8	1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 16
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	30	1,2	1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15, 17
Resolución de ejercicios y casos prácticos	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15, 17
Tiempo de estudio	32	1,28	1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14

Evaluación

La evaluación de la asignatura será:

Evaluación continua. La evaluación continuada consta del siguiente sistema:

a) Realización de una prueba el último día de clase para validar los conocimientos trabajados en todas las actividades prácticas de la asignatura, que valdrá un 40% de la nota final y que incluirá además la materia teórica expuesta en las clases magistrales.

b) La realización de diversas actividades prácticas en el aula y fuera del aula, relacionadas con los contenidos teóricos trabajados en clase que valdrán un 60 % de la nota final (10 % las actividades de los temas 1 y 2 y 20% para las actividades de los temas 3 y 4). En el caso de participar en un **Live Project** este sustituirá a todas las actividades de evaluación continua teniendo su nota un valor del 60% sobre la nota final. Se valorará una presentación formal correcta y una elaboración cuidada.

Evaluación única. Habrá un examen final con todo el contenido de la asignatura para aquellos estudiantes que no hayan superado el sistema de evaluación contemplado en el punto anterior y para aquellos estudiantes con características especiales (repetidores, estudiantes con movilidad, etc.) y que valdrá en 100% de la nota final.

Re-evaluación. Aquellos alumnos que en la convocatoria de evaluación única hayan obtenido una nota final entre 3,5 y 5 tendrán derecho a presentarse al examen de re-evaluación. La nota máxima que el alumno obtendrá en esta convocatoria es de 5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades tema 1	10 % de la nota final	3	0,12	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 15, 17
Actividades tema 2	10% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17
Actividades tema 3	20% de la nota final	3	0,12	1, 2, 7, 10, 12, 13, 16, 15, 17
Actividades tema 4	20% de la nota final	3	0,12	1, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 16, 14, 15, 17
Examen de evaluación continua	40% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 16, 14, 15

Bibliografía

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.

Se facilitará material de apoyo (artículos y noticias) a través del campus virtual

Material de apoyo en formato digital y enlaces a páginas web se ofrecen en el Campus Virtual.

Webgrafía:

<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>

Software

No se utiliza ningún software específico