

Temes de Turisme

Codi: 103757

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2502904 Direcció Hotelera	OT	4	2

Professor/a de contacte

Nom: Carmen Ruiz Aguado

Correu electrònic: carmen.ruiza@uab.cat

Idiomes dels grups

Per consultar l'idioma/es de l'assignatura caldrà anar a l'apartat "Metodologia" de la guia docent.

Prerequisits

No hi ha cap requisit necessari per cursar aquesta assignatura.

Objectius

L'assignatura pretén dotar a l'alumnat de quart curs del Grau en Direcció Hotelera 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'alumnat haurà de ser capaç de:

- Analitzar les noves tendències aplicades al turisme i conèixer quines serien les més adients per implementar en cada cas.
- Treballar en equip des del respecte a la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- 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

- 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 d'informació genèrics i específics i adaptar-los a les empreses d'hoteleria.
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 al sector turístic

Tema 2. Travel blogs i travel bloggers

Tema 3. Introducció al *Revenue Management*

Tema 4. Creació i disseny de viatges combinats

Tema 5. Tecnologia aplicada al sector turístic

Metodologia

Idioma d'impartició: anglès

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) Seminaris, 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 consta de dos models diferents:

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 inclourà 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 (12% les activitats dels temes 1, 2, 10% les activitats dels temes 3 i 5 i 16% les activitats del tema 4). Es valorarà una presentació formal correcta i una elaboració acurada.

Per poder seguir l'avaluació continuada és obligatòria la realització de totes les activitats pràctiques de l'assignatura.

Avaluació única. L'avaluació única constarà de les següents proves:

a) La realització d'un dossier amb activitats relacionades amb els 5 temes de l'assignatura que valdrà un 60% de la nota final (12% les activitats dels temes 1, 2, 10% les activitats dels temes 3 i 5 i 16% les activitats del tema 4).

b) La realització d'un examen que valdrà un 40% de la nota final

"La recuperació de l'assignatura per avaluació única serà el mateix que el de la resta d'alumnat i per presentar-se a la re-avaluació serà necessari que aquest hagi obtingut com a mínim un 3,5 en el conjunt de les evidències de les que consti l'avaluació única".

Re-avaluació. Aquells alumnes que no hagin superat l'assignatura en la convocatòria d'avaluació única i hagin obtingut una nota final superior a 3,5 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 continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitats pràctiques tema 1	12 % de la nota final	3	0,12	1, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 15
Activitats pràctiques tema 2	12 % de la nota final	3	0,12	1, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Activitats pràctiques tema 3	10 % de la nota final	3	0,12	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 15
Activitats pràctiques tema 4	16 % de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Activitats pràctiques tema 5	10 % de la nota final	2	0,08	4, 5, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15
Examen d'avaluació continuada	40% de la nota final	1	0,04	1, 2, 4, 9, 10, 12, 14

Bibliografia

Bosangit, Carmela, Sally Hibbert, and Scott McCabe. "If I Was Going to Die I Should at Least Be Having Fun": Travel Blogs, Meaning and Tourist Experience." *Annals of Tourism Research* 55 (2015): 1-14. Web.

Chen, Yu-Chen, Rong-An Shang, and Ming-Jin Li. "The Effects of Perceived Relevance of Travel Blogs' Content on the Behavioral Intention to Visit a Tourist Destination." *Computers in human behavior* 30 (2014): 787-799. Web.

Chiam, Michael, Geoffrey Soutar, and Alvin Yeo. "Online and Off-Line Travel Packages Preferences: a Conjoint Analysis." *International Journal of Tourism Research* 11.4 (2009): 31-40. Web.

Cramer, Curt., and Andreas. Thams. *Airline Revenue Management: Current Practices and Future Directions*. Wiesbaden: Springer Gabler. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2021. Print.

Huefner, Ronald J. *Revenue Management: a Path to Increased Profits / Ronald J. Huefner*. Second edition. New York, New York (222 East 46th Street, New York, NY 10017): Business Expert Press, 2015. Print.

Lojo, Aureli, and Gemma Cànoves. "New Tourism Trends in Barcelona. Chinese Tourist Experiences and Local Perceptions." N.p., 2015. Print.

Madriz, Stefanie, and Santiago Tejedor. "Analysis of Effective Digital Communication in Travel Blog Business Models." (2020): n. pag. Print.

Matoga, Łukasz, and Aneta Pawłowska. "Off-the-Beaten-Track Tourism: a New Trend in the Tourism Development in Historical European Cities. A Case Study of the City of Krakow, Poland." *Current issues in tourism* 21.14 (2018): 1644-1669. Web.

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

Michał Roman et al. "Virtual and Space Tourism as New Trends in Travelling at the Time of the COVID-19 Pandemic." *Sustainability (Basel, Switzerland)* 14.2 (2022): 628-. Web.

Oana DURALIA. "Culinary Tourism. A New Trend on the Tourism Market." *Expert Journal of Marketing* 5.2 (2017): 66-71. Print.

Parlov, Natalija, Davor Perkov, and eljko Sičaja. "New Trends in Tourism Destination Branding by Means of Digital Marketing." *Acta Economica Et Turistica* 2.2 (2016): 139-146. Web.

Sigala, Marianna. "New Technologies in Tourism: From Multi-Disciplinary to Anti-Disciplinary Advances and Trajectories." *Tourism management perspectives* 25 (2018): 151-155. Web.

Sun, Minghui, Chris Ryan, and Steve Pan. "Using Chinese Travel Blogs to Examine Perceived Destination Image: The Case of New Zealand." *Journal of travel research* 54.4 (2015): 543-555. Web.

Syratt, Gwenda., and Jane. Archer. *Manual of Travel Agency Practice Gwenda Syratt, Jane Archer*. 3rd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. Print.

Altres materials de suport (notícies i articles relacionats) seran facilitats a través del campus virtual

Programari

No es fa servir cap programari específic.