

**Temas de Turismo**

Código: 103757  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2502904 Dirección Hotelera	OT	4	2

## Contacto

Nombre: Carmen Ruiz Aguado

Correo electrónico: carmen.ruiza@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Para consultar el idioma/es de la asignatura será necesario ir al apartado "Metodología" de la guía docente.

## Prerrequisitos

No hay prerrequisitos para cursar esta asignatura.

## Objetivos y contextualización

La asignatura pretende dotar al alumnado de cuarto curso del Grado en Dirección hotelera de la capacidad de análisis y pensamiento crítico sobre la excelencia y las prácticas más adecuadas a implementar en las diversas tipologías de empresas turísticas y profesionales independientes del sector para diferenciarse de la competencia.

Al finalizar la asignatura el alumnado deberá ser capaz de:

- Analizar las nuevas tendencias 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

- Analizar, sintetizar y evaluar la información.
- Definir y aplicar los objetivos, estrategias y políticas comerciales en las empresas de hotelería y de restauración.
- Demostrar orientación y cultura de servicio al cliente.

- Demostrar que comprende la relación y el impacto de los sistemas de información en los procesos de gestión de las empresas de hotelería y restauración.
- Demostrar que conoce el carácter dinámico y evolutivo de la industria hotelera y de restauración y la nueva sociedad del ocio.
- Demostrar un comportamiento responsable con el entorno medioambiental, social y cultural.
- Demostrar un comportamiento ético en las relaciones sociales, así como adaptarse a diferentes contextos interculturales.
- Demostrar visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Desarrollar y aplicar las políticas de internacionalización y de crecimiento sostenible a las empresas del sector.
- Elaborar planes de comercialización y promoción de las empresas de los sectores de la hotelería y la restauración, especialmente en el campo de la comercialización on-line.
- Gestionar y organizar el tiempo.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
- Trabajar en equipo.

## Resultados de aprendizaje

1. Analizar, sintetizar y evaluar la información.
2. Aplicar la política comercial en las empresas hoteleras partiendo de sus características distintivas.
3. Demostrar orientación y cultura de servicio al cliente.
4. Demostrar que conoce el carácter dinámico y evolutivo de la industria hotelera y de restauración y la nueva sociedad del ocio.
5. Demostrar un comportamiento responsable con el entorno medioambiental, social y cultural.
6. Demostrar un comportamiento ético en las relaciones sociales, así como adaptarse a diferentes contextos interculturales.
7. Demostrar visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
8. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
9. Estudiar y adaptar a las empresas de hotelería los sistemas informáticos de información genéricos y específicos.
10. Gestionar y organizar el tiempo.
11. Identificar y aplicar los elementos estratégicos fundamentales en el proceso de internacionalización de las actividades y de las empresas del sector hotelero.
12. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
13. Planificar y gestionar actividades sobre la base de la calidad y la sostenibilidad.
14. Presentar y detallar planes específicos de promoción y comercialización para empresas hoteleras incluyendo especialmente los medios on-line.
15. Trabajar en equipo.

## Contenido

Tema 1. Nuevas tendencias del sector turístico

Tema 2. Blogs de viaje y bloggers

Tema 3. Introducción al *Revenue Management*

Tema 4. Creación y diseño de viajes combinados

Tema 5. Tecnología aplicada al turismo

## Metodología

Idioma de impartición: inglés

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 en activo del sector para presentar alguno de los temas de la asignatura.

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

## Evaluación

La evaluación de la asignatura consta de dos modelos diferentes:

Evaluación continua. La evaluación continua consta del siguiente sistema:

a) Realización de una prueba en el último día de clase para validar los conocimientos adquiridos en todas las actividades prácticas de la asignatura, que tendrá un valor del 40% de la nota final e incluirá además los contenidos teóricos expuestos en las clases magistrales.

b) Realización de diversas actividades prácticas en el aula y fuera del aula relacionadas con los contenidos teóricos trabajados en clase, que tendrán un valor del 60% de la nota final (12% para las actividades de los temas 1 y 2, 10% para las actividades de los temas 3 y 5, y 16% para las actividades del tema 4). Se valorará una presentación formal correcta y una elaboración cuidadosa.

Para poder seguir la evaluación continua es obligatoria la realización de todas las actividades prácticas de la asignatura.

Evaluación única. La evaluación única constará de las siguientes pruebas:

a) Realización de un dossier con actividades relacionadas con los 5 temas de la asignatura, que tendrá un valor del 60% de la nota final (12% para las actividades de los temas 1 y 2, 10% para las actividades de los temas 3 y 5, y 16% para las actividades del tema 4).

b) Realización de un examen que tendrá un valor del 40% de la nota final.

"La recuperación de la asignatura mediante evaluación única será igual que para el resto del alumnado, y para presentarse a la re-evaluación será necesario haber obtenido al menos un 3,5 en el conjunto de las evidencias que conforman la evaluación única".

Re-evaluación. Aquellos alumnos que no hayan superado la asignatura en la convocatoria de evaluación única y hayan obtenido una nota final superior a 3,5 tendrán derecho a presentarse al examen de re-evaluación. La máxima nota que el alumno podrá obtener en esta convocatoria es de 5.

## Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades prácticas del tema 1	12% de la nota final	3	0,12	1, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 10, 11, 13, 15
Actividades prácticas del tema 2	12% de la nota final	3	0,12	1, 4, 6, 7, 8, 12, 10, 11, 13, 14, 15
Actividades prácticas del tema 3	10% de la nota final	3	0,12	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 15
Actividades prácticas del tema 4	16% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 12, 10, 11, 13, 14, 15
Actividades prácticas del tema 5	10% de la nota final	2	0,08	4, 5, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 15
Examen de evaluación continua	40% de la nota final	1	0,04	1, 2, 4, 9, 12, 11, 14

## Bibliografía

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.

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

## **Software**

No se utiliza ningún software específico