

Titulació	Tipus	Curs
2502904 Direcció Hotelera	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Carmen Ruiz Aguado

Correu electrònic: carmen.ruiza@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha cap prerequisit.

Objectius

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

- Conèixer el funcionament de l'aplicació de cotxes i hotels 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 *des del respecte a la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.*

Competències

- Adaptar-se als canvis tecnològics que vagin sorgint.
- Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
- Aplicar les eines més actuals de les tecnologies de la informació i de la comunicació i els nous sistemes de gestió als àmbits de planificació, gestió i direcció d'empreses, negocis i productes dels sectors de l'hoteleria i la restauració.

- Demostrar habilitats de lideratge en la gestió dels recursos humans en les empreses hoteleres 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 visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- 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.
- Ser capaç d'autoavaluar els coneixements adquirits.
- Treballar en equip.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se als canvis tecnològics que vagin sorgint.
2. Analitzar, sintetitzar i avaluar la informació.
3. Conèixer i aplicar les eines informàtiques d'anàlisi estadística i investigació de mercats.
4. Conèixer i aplicar les noves fórmules de comercialització i fidelització a través d'Internet i aplicar-les a la venda de productes i serveis del sector de l'hoteleria i la restauració.
5. Conèixer les tecnologies aplicades a la promoció, la gestió i la comercialització turístiques (Amadeus, Fidelio, Galileo, Sabre, etc.).
6. Demostrar habilitats de lideratge en la gestió dels recursos humans en les empreses hoteleres i de restauració.
7. Demostrar iniciativa i esperit emprenedor per adaptar-se a noves situacions generades com a conseqüència dels canvis produïts en les tècniques i l'organització utilitzades en l'àmbit dels serveis turístics.
8. Demostrar orientació i cultura de servei al client.
9. Demostrar visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
10. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
11. Fer servir les tècniques de comunicació a tots els nivells.
12. Gestionar i organitzar el temps.
13. Implementar les noves eines de la comercialització en línia per millorar la gestió integral de l'empresa tant en l'àmbit de la gestió interna com en les relacions amb l'entorn.
14. Ser capaç d'autoavaluar els coneixements adquirits.
15. Treballar en equip.

Continguts

I PART: DISTRIBUCIÓ TURÍSTICA EN LÍNIA

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

II PART: GDS- AMADEUS

Tema 1. Aplicació de cotxes

Tema 2. Aplicació d'hotels

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes pràctiques	10	0,4	1, 2, 14, 10, 13, 12, 11, 4, 5, 15
Classes teòriques	8	0,32	1, 2, 8, 13, 11, 4, 5
Estudi	10	0,4	2, 14, 8, 10, 13, 12, 11, 4, 5
Tipus: Supervisades			
Tutories	14	0,56	2, 14, 10, 13, 12, 4, 5
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	12	0,48	1, 2, 14, 8, 6, 10, 13, 12, 11, 4, 5, 15
Realització d'exercicis i casos pràctics	11	0,44	1, 2, 14, 8, 6, 10, 13, 12, 11, 4, 5, 15

Idioma d'impartició: anglès

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.

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Activitats pràctiques Amadeus (bloc II)	30% de la nota final	4	0,16	2, 14, 10, 13, 12, 11, 4, 5, 15
Estudi de casos i treball final (bloc I)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 14, 9, 8, 7, 6, 10, 13, 12, 11, 3, 4, 5, 15
Examen pràctic Amadeus (bloc II)	40 % de la nota final	2	0,08	2, 14, 12, 4, 5

L'avaluació de l'assignatura serà:

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

BLOC I: INTRODUCCIÓ A LA DISTRIBUCIÓ (30% de la nota final)

- 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.

BLOC II: GDS: AMADEUS (70% de la nota final)

a) La realització d'un examen pràctic que consisteix en la realització de diverses reserves amb Amadeus que valdrà un 40% 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 30 % de la nota final (15 % cadascuna d'elles).

Per a calcular la nota final en avaluació continua la nota mínima en cada bloc ha de ser de 4 sobre 10.

Avaluació única. Per al model d'avaluació única hi haurà un examen final d'Amadeus que val un 40% de la nota final (nota mínima de 4 sobre 10), un cas pràctic que val un 30% de la nota final i dues activitats d'Amadeus amb un valor del 30% sobre la nota final (15 % cadascuna). La nota mínima en cada bloc ha de ser de 4 sobre 10.

Re-avaluació. Aquells alumnes que no hagin superat l'assignatura en la convocatòria d'avaluació única i que hagin obtingut una nota final superior a 3,5 tindran dret a presentar-se a l'examen de re-avaluació.

La qualificació de l'assignatura serà NO AVALUABLE quan l'estudiant es presenti a menys de la meitat de les activitats d'avaluació i/o no es presenti a l'examen final.

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, Fátima. (1997): *Manual de Reservas Savia Amadeus*, Madrid: Opentour Ediciones.

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

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

Kracht, John. & Wang Youcheng. (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>.

O'Connor, Peter. "Online Tourism and Hospitality Distribution: a Perspective Article." *Tourism review (Association internationale d'experts scientifiques du tourisme)* 75.1 (2020): 290-293. Web.

Reino, Sofia, Aurkene Alzua-Sorzabal, and Rodolfo Baggio. "Adopting Interoperability Solutions for Online Tourism Distribution: An Evaluation Framework." *Journal of hospitality and tourism technology* 7.1 (2016): 2-15. Web.

Thakran, Kanika, and Rohit Verma. "The Emergence of Hybrid Online Distribution Channels in Travel, Tourism and Hospitality." *Cornell hospitality quarterly* 54.3 (2013): 240-247. Web.

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

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

Programari

GDS: Amadeus

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt