

Titulación	Tipo	Curso
2502904 Dirección Hotelera	OT	4

Contacto

Nombre: Carmen Ruiz Aguado

Correo electrónico: carmen.ruiza@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No hay prerrequisitos para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La asignatura pretende dotar al alumno de cuarto curso del Grado de Dirección hotelera de las habilidades informáticas y comunicativas necesarias para comercializar productos turísticos trabajando algunas aplicaciones del Sistema de Reservas Amadeus y analizando los distintos canales de distribución existentes en el sector turístico.

El enfoque de la asignatura es muy práctico y se pretende que los contenidos teóricos se apliquen en forma de ejercicios y estudio de casos.

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

- Conocer el funcionamiento de la aplicación de coches, hoteles, colas y Amadeus Selling Platform de Amadeus (Sistema global de distribución).
- Analizar los diversos canales de distribución existentes en el sector turístico
- Saber diseñar la política de distribución de una empresa turística
- Adquirir agilidad con los soportes informáticos propios del sector turístico.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje autónoma.
- Tener capacidad de autoevaluar los conocimientos adquiridos.
- Trabajar con las técnicas de comunicación en todos los niveles desde el respeto a la diversidad y la pluralidad de ideas, personas y situaciones.

Competencias

- Adaptarse a los cambios tecnológicos que vayan surgiendo.
- Analizar, sintetizar y evaluar la información.
- Aplicar las herramientas más actuales de las tecnologías de la información y de la comunicación y los nuevos sistemas de gestión a los ámbitos de planificación, gestión y dirección de empresas, negocios y productos de los sectores de la hotelería y la restauración.

- Demostrar habilidades de liderazgo en la gestión de los recursos humanos en las empresas hoteleras 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 visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- 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.
- Ser capaz de autoevaluar los conocimientos adquiridos.
- Trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a los cambios tecnológicos que vayan surgiendo.
2. Analizar, sintetizar y evaluar la información.
3. Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción, gestión y comercialización turística (Amadeus, Fidelio, Galileo, Sabre, etc.).
4. Conocer y aplicar las herramientas informáticas de análisis estadístico e investigación de mercados.
5. Conocer y aplicar las nuevas fórmulas de comercialización y fidelización a través de Internet y aplicarlas en la venta de productos, servicios del sector de la hotelería y la restauración.
6. Demostrar habilidades de liderazgo en la gestión de los recursos humanos en las empresas hoteleras y de restauración.
7. Demostrar iniciativa y espíritu emprendedor para adaptarse a nuevas situaciones generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas y organización utilizadas en el ámbito de los servicios turísticos.
8. Demostrar orientación y cultura de servicio al cliente.
9. Demostrar visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
10. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
11. Gestionar y organizar el tiempo.
12. Implementar las nuevas herramientas de la comercialización on-line con el objeto de mejorar la gestión integral de la empresa tanto en el ámbito de la gestión interna como en las relaciones con el entorno.
13. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
14. Ser capaz de autoevaluar los conocimientos adquiridos.
15. Trabajar en equipo.

Contenido

I PARTE: DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA EN LÍNEA

Tema 1: La distribución turística. Definición conceptual. Esquema de la comercialización turística y situación actual, estrategias de distribución y canales de distribución.

II PARTE: GDS- AMADEUS

Tema 1. Aplicación de coches

Tema 2. Aplicación de hoteles

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	10	0,4	1, 2, 14, 10, 12, 11, 13, 5, 3, 15
Clases teóricas	8	0,32	1, 2, 8, 12, 13, 5, 3
Estudio	10	0,4	2, 14, 8, 10, 12, 11, 13, 5, 3
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	14	0,56	2, 14, 10, 12, 11, 5, 3
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	12	0,48	1, 2, 14, 8, 6, 10, 12, 11, 13, 5, 3, 15
Realización de ejercicios y casos prácticos	11	0,44	1, 2, 14, 8, 6, 10, 12, 11, 13, 5, 3, 15

Idioma de impartición: inglés

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

a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:

Explicaciones presenciales de tipo clase magistral para los diferentes temas del programa.

b) Metodología de la parte práctica de la asignatura:

Realización y exposición en clase de ejercicios y de casos prácticos (individuales o en grupo) relacionados con los contenidos de las dos partes 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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Actividades prácticas (bloque II)	30% de la nota final	4	0,16	2, 14, 10, 12, 11, 13, 5, 3, 15
Estudio de casos y trabajo final (bloque I)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 14, 9, 8, 7, 6, 10, 12, 11, 13, 4, 5, 3, 15
Examen práctico Amadeus (bloque II)	40 % de la nota final	2	0,08	2, 14, 11, 5, 3

La evaluación de la asignatura será de la siguiente manera:

Evaluación continua. La evaluación continua consta del siguiente sistema:

BLOQUE I: INTRODUCCIÓN A LA DISTRIBUCIÓN (30% de la nota final)

La realización de un caso práctico sobre la estrategia de distribución de una empresa turística, que tendrá un valor del 30% de la nota final.

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

a) La realización de un examen práctico que involucra diversas reservas utilizando Amadeus, que tendrá un valor del 40% de la nota final y se promediará con las dos actividades prácticas, con una calificación mínima de 4 sobre 10.

b) La realización de dos actividades prácticas sobre reservas en Amadeus, que tendrán un valor del 30% de la nota final (15% cada una).

Para calcular la nota final en la evaluación continua, la calificación mínima en cada bloque debe ser de 4 sobre 10.

Evaluación única. El modelo de evaluación única consiste en un examen de Amadeus que tiene un valor del 40% de la nota final (calificación mínima 4 sobre 10), un caso práctico que cuenta un 30% de la nota final y dos actividades de Amadeus que cuentan un 30% de la nota final (15% cada una). La calificación mínima en cada bloque debe ser de 4 sobre 10.

Reevaluación. Aquellos estudiantes que no hayan aprobado la asignatura en la convocatoria de evaluación única y hayan obtenido una calificación final superior a 3.5 tendrán derecho a presentarse al examen de reevaluación.

La calificación de la asignatura será NO EVALUABLE cuando el/la estudiante se presente a menos de la mitad de las actividades de evaluación y/o no se presente al examen final.

Bibliografía

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.

Otro material de apoyo en formato digital se ofrece en el Campus Virtual.

Software

GDS: Amadeus

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto