

Temes de Turisme

Codi: 103757
Crèdits: 6

2025/2026

Titulació	Tipus	Curs
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 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 ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
- Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
- 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 ètic en les relacions socials, així com adaptar-se a diferents contextos interculturals.
6. Demostrar un comportament responsable amb l'entorn mediambiental, social i cultural.
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

Introducció al Revenue Management

Creació i disseny de viatges combinats

Noves tendències al sector turístic

Tecnologia aplicada al sector turístic

Blocs en turisme: de viatge, corporatius, professionals

Activitats formatives i Metodologia

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, 5, 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

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, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

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, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Activitats pràctiques tema 3	10 % de la nota final	3	0,12	1, 2, 4, 5, 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, 6, 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

The evaluation of the subject consists of two different assessment models:

Continuous evaluation. Continuous evaluation consists of the following system:

a) The completion of a test on the last day of class to validate the knowledge acquired through all the practical activities of the subject, which will count for 40% of the final grade and will also include the theoretical content covered in lectures.

b) The completion of various practical activities in the classroom and outside the classroom related to the theoretical content studied in class, which will count for 60% of the final grade (12% for activities in themes 1 and 2, 10% for activities in themes 3 and 5, and 16% for activities in theme 4). Proper formal presentation and careful execution will be assessed.

To participate in continuous evaluation, the completion of the 80% of practical activities of the subject is mandatory.

Final evaluation. The final evaluation will consist of the following assessments:

a) The completion of a dossier with activities related to the 5 themes of the subject, which will count for 60% of the final grade (12% for activities in themes 1 and 2, 10% for activities in themes 3 and 5, and 16% for activities in theme 4).

b) The completion of an exam, which will count for 40% of the final grade.

"The re-evaluation of the subject through the final evaluation will follow the same process as for the rest of the students, and to participate in the re-evaluation, it will be necessary to have obtained a minimum grade of 3.5 in the set of evidence that constitutes the final evaluation."

Re-evaluation. Those students who have not passed the subject in the final evaluation session and have obtained a final grade higher than 3.5 will have the right to take the re-evaluation exam. The maximum grade that the student can achieve in this session is 5.

The grade for the subject will be NOT EVALUABLE when the student attends less than half of the assessment activities and/or does not attend the final exam.

Bibliografia

Amadeus Travel Trends 2024: How will we travel next year?

<https://amadeus.com/en/insights/press-release/amadeus-travel-trends2024-how-will-we-travel-next-year>

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 Perkovic, and eljko Sićaja. "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.

7 Of 2024's Most Surprising Travel Trends

<https://www.forbes.com/sites/wendyaltschuler/2024/02/21/the-hottesttravel-trends-that-will-surprise-you/?sh=69d>

The biggest travel trends for 2024 <https://www.cntraveler.com/story/travel-trends-2024>

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

Programari

No es fa servir cap programari específic.

Grups i idiomes de l'assignatura

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