

Titulació	Tipus	Curs
Turisme	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 previ per cursar l'assignatura.

Objectius

L'assignatura pretén dotar a l'alumnat de quart curs del Grau en Turisme 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

- Argumentar de manera crítica, des de les diferents perspectives teòriques, ideològiques i de bones pràctiques, la realitat que envolta al sector turístic.
- Demostrar iniciativa i actitud emprenedora en la creació i la gestió d'empreses del sector turístic.
- Demostrar que coneix el funcionament i l'evolució de diversos models turístics per seleccionar el més idoni i aplicar-lo a l'entorn actual.
- Demostrar que coneix i comprèn els principis bàsics del turisme en totes les seves dimensions i àrees.
- Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
- Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.

- Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
- Innovar tant en la planificació i la comercialització turístiques com en la gestió d'organitzacions turístiques.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
- Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
- Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
- Proposar solucions alternatives i creatives a possibles problemes en l'àmbit de la gestió, la planificació, les empreses i els productes turístics.
- Tenir orientació de servei al client.
- Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar les diferents eines de gestió i planificació que permetin impulsar el desenvolupament del sector turístic.
2. Argumentar les bones pràctiques, les tendències i els plantejaments més actuals davant dels reptes que comporta el desenvolupament del turisme.
3. Demostrar un comportament ètic i d'adaptació a diferents contextos interculturals.
4. Demostrar un comportament responsable amb el medi ambient.
5. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
6. Distingir les iniciatives, projectes turístics i negocis més rellevants i actuals per impulsar l'esperit emprenedor en la creació i la millora d'empreses i productes turístics.
7. Extrapolar experiències de l'estudi i l'exposició d'exemples i casos reals del sector turístic.
8. Gestionar els recursos humans en les organitzacions turístiques.
9. Identificar les bases que donen lloc a la creació de noves tendències al sector turístic.
10. Identificar les tendències més actuals i les millors pràctiques per innovar en la planificació, la direcció i la comercialització en entitats, productes i organitzacions turístiques.
11. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
12. Planificar i gestionar activitats partint de la qualitat i la sostenibilitat.
13. Planificar, organitzar i coordinar el treball en equip, creant sinergies i sabent-se situar al lloc dels altres.
14. Prendre decisions en contextos d'incertesa i ser capaç d'avaluar i preveure les conseqüències d'aquestes decisions a curt, mitjà i llarg terminis.
15. Tenir orientació de servei al client.
16. Tenir visió de negoci, captar les necessitats del client i avançar-se als possibles canvis de l'entorn.
17. Treball en grup.

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	2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Classes teòriques	20	0,8	1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Tutories	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	30	1,2	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Resolució exercicis i casos pràctics	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17
Temps d'estudi	32	1,28	1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 15

Idiomes d'impartició

Grau de Turisme: Anglès

Grau de Turisme en Anglès: Anglès

L'assignatura funciona en base a tres 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 del sector.

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 tema 1	12% de la nota final	3	0,12	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 17
Activitats tema 2	12% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 17
Activitats tema 3	10% de la nota final	3	0,12	1, 2, 7, 10, 12, 13, 14, 16, 17
Activitats tema 4	16% de la nota final	3	0,12	1, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17
Activitats tema 5	10 % de la nota final	2	0,08	2, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17

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 l'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.

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 s'utilitza cap programari específic

Grups i idiomes de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TE) Teoria	1	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	2	Anglès	segon quadrimestre	matí-mixt