

Innovación en Turismo

Código: 104960
Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Turismo	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 haya prerequisitos para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La asignatura pretende dotar al alumnado de cuarto curso del Grado en Turismo de la capacidad de análisis y pensamiento crítico sobre las nuevas tendencias del sector, la innovación y las prácticas más adecuadas a implementar en las diversas tipologías de empresas turísticas y profesionales independientes del sector para diferenciarse de la competencia e incrementar su cuota de mercado.

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 desde el respeto a la diversidad y la pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- 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

- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar iniciativa y actitud emprendedora en la creación y gestión de empresas del sector turístico.
- Demostrar que conoce el funcionamiento y la evolución de diversos modelos turísticos para seleccionar el más idóneo y aplicarlo en el entorno actual.
- Demostrar que conoce y comprende los principios básicos del turismo en todas sus dimensiones y áreas.
- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.

- Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
- Innovar tanto en la planificación y comercialización turística como en la gestión de organizaciones turísticas.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
- Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
- Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
- Proponer soluciones alternativas y creativas a posibles problemas en el ámbito de la gestión, la planificación, las empresas y los productos turísticos.
- Tener orientación de servicio al cliente.
- Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
- Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las distintas herramientas de gestión y planificación que permitan impulsar el desarrollo del sector turístico.
2. Argumentar las buenas prácticas, las tendencias y los planteamientos más actuales ante los retos que el desarrollo del turismo comporta.
3. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
4. Demostrar un comportamiento responsable con el medioambiente.
5. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
6. Distinguir las iniciativas, proyectos turísticos y negocios más relevantes y actuales con el objeto de impulsar el espíritu emprendedor en la creación y mejora de empresas y productos turísticos.
7. Extrapolar experiencias del estudio y exposición de ejemplos y casos reales del sector turístico.
8. Gestionar los recursos humanos en las organizaciones turísticas.
9. Identificar las bases que dan lugar a la creación de nuevas tendencias en el sector turístico.
10. Identificar las tendencias más actuales y las mejores prácticas para innovar en la planificación, dirección y comercialización en las entidades, productos y organizaciones turísticas.
11. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
12. Planificar, organizar y coordinar el trabajo en equipo, creando sinergias y sabiendo situarse en el lugar de los otros.
13. Planificar y gestionar actividades en base a la calidad y sostenibilidad.
14. Tener orientación de servicio al cliente.
15. Tener visión de negocio, captar las necesidades del cliente y avanzarse a los posibles cambios del entorno.
16. Tomar decisiones en contextos de incertidumbre así como ser capaz de evaluar y prever las consecuencias de estas decisiones a corto, medio y largo plazo.
17. Trabajo en grupo.

Contenido

Tema 1. Nuevas tendencias del sector turístico

Tema 2. Blogs de viaje y blogeros

Tema 3. Introducción al *Revenue Management*

Tema 4. Creación y diseño de viajes combinados

Tema 5. Tecnología aplicada al turismo

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	7	0,28	2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 12, 16, 14, 15, 17
Clases teóricas	20	0,8	1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 12, 16
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 12, 16, 14, 15
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	30	1,2	1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 12, 16, 14, 15, 17
Resolución de ejercicios y casos prácticos	32	1,28	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 12, 16, 14, 15, 17
Tiempo de estudio	32	1,28	1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14

Idiomas de impartición

Grado en Turismo: inglés

Grado en Turismo en inglés: inglés

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

- 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.
- 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.
- Seminarios, conferencias y / o visitas a empresas del sector obligatorias a cargo de profesionales del sector.

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

Actividades tema 2	12% de la nota final	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 12, 14, 15, 17
Actividades tema 3	10% de la nota final	3	0,12	1, 2, 7, 10, 13, 12, 16, 15, 17
Actividades tema 4	16% de la nota final	3	0,12	1, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 16, 14, 15, 17
Actividades tema 5	10% de la nota final	2	0,08	2, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 17
Examen de evaluación continua	40% de la nota final	1	0,04	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 14, 15

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 del 80% 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.

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 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 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.

7 Of 2024's Most Surprising Travel Trends

<https://www.forbes.com/sites/wendyalschuler/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>

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

Software

No se utiliza ningún software específico

Grupos e idiomas de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
--------	-------	--------	----------	-------

(TE) Teoría	1	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto