

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 prerequisit per cursar aquesta assignatura.

Objectius

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

- Aplicar les eines de les tecnologies de la informació i de la comunicació (programes de gestió de reserves, paquets de gestió d'agències de viatges, programes de gestió hotelera, etc.) als àmbits de gestió, planificació i productes del sector turístic.
- Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
- Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
- Ser capaç d'autoavaluar-se els coneixements adquirits.

- Treball en grup.

Resultats d'aprenentatge

1. Desenvolupar una capacitat d'aprenentatge autònom.
2. Identificar els sistemes d'informació i aplicar els programes de comercialització turística.
3. Manejar les tècniques de comunicació a tots els nivells.
4. Ser capaç d'autoavaluar-se els coneixements adquirits.
5. Treball en grup.

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, 3, 4, 5
Classes teòriques	8	0,32	2, 4
Estudi	10	0,4	1, 2, 3, 4
Tipus: Supervisades			
Tutories	14	0,56	1, 4
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5
Exercicis i estudis de cas	11	0,44	1, 2, 3, 4, 5

Idiomes d'impartició

Grau de Turisme: Anglès

Grau de Turisme en Anglès: 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, 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 Amadeus (bloc II)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5
Examen pràctic Amadeus (bloc II)	40% de la nota final	2	0,08	1, 2, 3, 4
Treball final (bloc I)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 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 es presentarà a classe i 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, F. (1997): *Manual de Reservas Savia Amadeus*, Madrid: Opentour Ediciones.

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

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

Kracht, J. & Wang Y. (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, A. et Al. (2016). *Marketing digital turístico: y estrategias de revenue management para el sector de la hostelería*. Barcelona: Marcombo.

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

Programari

GDS: Amadeus

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