

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 hay prerrequisitos para cursar esta asignatura.

Objetivos y contextualización

La asignatura pretende dotar al alumno de cuarto curso del Grado de Turismo 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

- Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y de la comunicación (programas de gestión de reservas, paquetes de gestión de agencias de viajes, programas de gestión hotelera, etc.) a los ámbitos de gestión, planificación y productos del sector turístico.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.

- Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- Trabajo en grupo.

Resultados de aprendizaje

1. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
2. Identificar los sistemas de información y aplicar los programas de comercialización turística.
3. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
4. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
5. Trabajo en grupo.

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, 3, 4, 5
Clases teóricas	8	0,32	2, 4
Estudio	10	0,4	1, 2, 3, 4
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	14	0,56	1, 4
Tipo: Autónomas			
Ejercicios y estudios de caso	11	0,44	1, 2, 3, 4, 5
Elaboración de trabajos	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5

Idiomas de impartición

Grado en Turismo: inglés

Grado en Turismo en inglés: 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 de Amadeus (bloque II)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5
Examen práctico de Amadeus (bloque II)	40% de la nota final	2	0,08	1, 2, 3, 4
Trabajo final (bloque I)	30% de la nota final	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5

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 se presentará en clase y 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

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	manaña-mixto
-------------	---	--------	----------------------	--------------
