



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**SISTEMES AVANÇATS
D'INFORMACIÓ TURÍSTICA**

Coordinació: MARINÉ ROIG, ESTELA

Any acadèmic 2017-18

Informació general de l'assignatura

Denominació	SISTEMES AVANÇATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA			
Codi	14288			
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials	1	OPTATIVA	Semipresencial
Nombre de crèdits ECTS	6			
Grups	1GG			
Crèdits teòrics	0			
Crèdits pràctics	0			
Coordinació	MARINÉ ROIG, ESTELA			
Departament/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	100% anglès			
Distribució de crèdits	Estela Mariné Roig, 4,5 ECTS Luís Falcón, 1,5 ECTS			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
MARINÉ ROIG, ESTELA	estela.marine@aegern.udl.cat	4,5	
FALCÓN MARTÍNEZ DE MARAÑÓN, LUÍS FERNANDO	luis.falcon@inatlas.com	1,5	

Informació complementària de l'assignatura

En el conjunt del Pla d'Estudis l'assignatura de Sistemes d'Informació Turística Avançats s'emmarca dins del mòdul 2, que està dissenyat per a aquells estudiants que es vulguin especialitzar en Màrqueting de Mitjans Socials en l'àmbit del turisme, la principal indústria del país en aquest moment. Aquesta especialització en turisme electrònic és necessària a Espanya, on el turisme representa la major indústria del país, per augmentar la competitivitat tant de les empreses com de destinacions turístiques.

En aquesta assignatura es treballarà en l'obtenció, creació, gestió i anàlisi de dades i informació per al turisme, fent especialment èmfasi en la gestió i obtenció d'informació a partir de *big data* en línia posant en relleu la importància de les dades i la informació per la investigació a aquest àmbit i la presa de decisions intel·ligents tant d'empreses com de destinacions turístiques.

Objectius acadèmics de l'assignatura

- Dissenyar i prioritzar projectes de sistemes d'informació en l'àmbit turístic i avaluar la seva viabilitat
- Aplicar mètodes i tècniques per a l'anàlisi i disseny de sistemes d'informació turística
- Definir nous entorns i eines per a la gestió de la informació, per al disseny i l'aplicació de models d'informació que derivin en noves oportunitats per a les empreses i les destinacions turístiques.
- Adaptar-se a la resolució de problemes i presa de decisions en entorns intensius en informació

Competències

Bàsiques

CB1 Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

CB2 Saber aplicar els coneixements adquirits i tenir capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi

CB3 Ser capaç d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis

CB4 Saber comunicar les conclusions -i els coneixements i raons últimes que les sustenten- a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats

CB5 Posseir les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma

Generals

CG1 Analitzar i sintetitzar idees, dades i continguts

CG2 Organitzar i planificar recursos i persones

CG3 Treballar en equip i liderar

CG4 Raonar i avaluar de forma crítica

CG5 Assegurar la qualitat

CG6 Treballar i aprendre de forma autònoma

CG7 Aplicar el coneixement a la pràctica

CG8 Prendre decisions estratègiques que tinguin en compte els condicionants econòmics, culturals, socials i polítics específics.

CG9 Expressar-se correctament de manera oral i escrita

CG10 Dominar una llengua estrangera

CG11 Dominar les TIC

CG12 Respectar els drets fonamentals

Específiques

CE3 Generar sistemes d'informació a partir d'entorns online i xarxes socials per obtenir coneixement especialitzat.

CE8 Distingir, dissenyar, aplicar i avaluar mètodes avançats d'anàlisi d'informació en màrqueting de mitjans socials

Continguts fonamentals de l'assignatura

1) Adquisició de dades

1.1 Tipus de dades

- Comportament del turista abans, durant i després del viatge.
- Tipus de dades segons la font d'informació
- Estructura de dades: Dades estructurades i no estructurades

1.2 On es generen

- Xarxes socials
- Llocs de valoració
- Telefonia
- Targetes de crèdit
- Comportament a internet mitjançant cookies
- Wi-fi
- Dades de l'ús d'Apps de mòbils
- Comportament de compra: monetització

1.3 Dades geolocalitzades

2) Anàlisi de dades

2.1 Demanda: comportament del turista

- Perfil i tipus de producte / allotjament
- Preu: channel managers
- Reputació en línia
- Telefonia mòbil
- Targetes de crèdit
- Wi-fi i galetes

2.2 Oferta

- Inventari
- Canals: TTOO, otes, web, P2P
- Revenue management

3) Presentació de dades

- Sector privat
- Sector públic: integració de dades i Smart destinations
- Presa d'accions intel·ligents
- Generació d'Apps de serveis
- Dades estadístiques vs. Big data

Eixos metodològics de l'assignatura

Metodologies docents:

1. Classe magistral teòrica

2. Classe pràctica
3. Classe de Laboratori
4. Tutoria
5. Treballs individuals i en grup
6. Treball i estudi autònom.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dates (Setmanes)	Descripció:	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (Hores)
Primera Sessió	Presentació assignatura Tema 1	Atenció a l'exposició i resolució de casos pràctics	4	Captura del programa i bibliografia Estudi dels materials	35
Segona Sessió	Tema 2	Atenció a l'exposició i resolució de casos pràctics	4	Estudi dels materials Estudi, preparació i participació en activitat plantejada Resolució de casos	35
Tercera Sessió	Tema 3	Atenció a l'exposició i resolució de casos pràctics	4	Estudi dels materials Estudi, preparació i participació en activitat plantejada Resolució de casos	35
Quarta Sessió	Presentació i lliurament de treballs	Atenció a les exposicions i presentació dels treballs	3	Estudi dels materials Finalització del treball, i preparació de l'exposició	30

(2)HTP = Hores de Treball Presencial

(3)HTNP = Hores de Treball No Presencial

Sistema d'avaluació

L'avaluació consistirà en el lliurament de 3 Activitats d'Avaluació i Síntesi (AAS) i la presentació oral de la 3a AAS:

AAS 1: (30%) Relacionada amb l'adquisició de dades massius

AAS 2: (30%) Relacionada amb l'anàlisi de dades massius (UGC)

AAS 3: (40%) Relacionada amb la generació de servei (model de negoci de diverses empreses: d'on treuen el valor):

- **25%** projecte escrit
- **15%** presentació oral

Bibliografia i recursos d'informació

Davenport, T. H. (2013). *At the Big Data crossroads: turning towards a smarter travel experience*. Available at: <http://amadeusblog.com/wp-content/uploads/Amadeus-Big-Data-Report.pdf>

Fandos, A. M. (2014). *Big Data and tourism: New indicators for tourism management*. Available at: http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/big_data_y_turismo-eng-interactivo.pdf

Fandos, A. M. (2014). *Big Data y turismo: Nuevos indicadores para la gestión turística*. Available at: http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/big_data_y_turismo-cast-interactivo.pdf

InVaT.Tur (2015). *Big Data: Retos y oportunidades para el turismo*. Available at: <http://www.thinktur.org/media/Big-Data.-Retos-y-oportunidades-para-el-turismo.pdf>

Ortiz, M. D., Joyanes, L., & Giraldo, L. M. (2016). Los desafíos del marketing en la era del Big Data. *e-Ciencias de la Información*, 6(1), 1-30. Available at: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/download/19005/22714>

ThinkTur (2017). *Smart Data y Open Data*. Available at: http://www.ithotelerero.com/wp-content/uploads/2017/01/Ebook_SmartData_OpenData_2017_DEF.pdf

Xiang, Z. & Fesenmaier, D. (Eds.) (2017). *Analytics in Smart Tourism design: Concepts and methods*. Cham, Switzerland: Springer. ISBN: 978-3-319-44263-1