



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

Coordinació: MARINÉ ROIG, ESTELA

Any acadèmic 2020-21

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 assignatura (ECTS) | 6 | | | |
| Tipus d'activitat, crèdits i grups | Tipus d'activitat | PRAULA | TEORIA | |
| | Nombre de crèdits | 3.5 | 2.5 | |
| | Nombre de grups | 1 | 1 | |
| Coordinació | MARINÉ ROIG, ESTELA | | | |
| Departament/s | ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES | | | |
| Informació important sobre tractament de dades | Consulteu aquest enllaç per a més informació. | | | |
| Idioma/es d'impartició | 30% anglès 70% castellà | | | |
| 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 |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| FALCÓN MARTÍNEZ DE MARAÑÓN, LUÍS FERNANDO | luis.falcon@inatlas.com | 1,5 | |
| MARINÉ ROIG, ESTELA | estela.marine@udl.cat | 4,5 | |

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. Es treballarà amb eines d'anàlisi i presentació de dades punteres com Site Content Analyzer, Carto y Raw Graphs.

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
- Utilitzar diferents eines i software d'anàlisi i presentació de dades massives

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
- Telefonía
- 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
- Telefonía 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
- Dades estadístiques vs. Big data
- Eines de presentació de dades

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.

Es pretén que l'assignatura sigui eminentment pràctica, i que es treballi amb bases de dades reals i amb eines capdavanteres com ara Carto, RawGraphs o KHCoder.

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.ithotelero.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