Universitat de Lleida

GUIA DOCENT

SISTEMES AVANÇATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA

Coordinació: MARINE ROIG, ESTELA

Any acadèmic 2022-23

SISTEMES AVANÇATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA 2022-23

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	MARINE 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 ECTs Berta Ferrer Rosell, 2 ECTs

SISTEMES AVANÇATS D'INFORMACIÓ TURÍSTICA 2022-23

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
FERRER ROSELL, BERTA	berta.ferrer@udl.cat	2	
MARINE ROIG, ESTELA	estela.marine@udl.cat	4	

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

Pel que fa als continguts, al llarg de l'assignatura en cadascuna de les sessions, es treballaran les següents fases en relació a les dades:

1. Adquisició de les dades

2. Anàlisi de les dades

3. Representació de les dades

S'aplicarà aquest procediment als diferents tipus de dades de diferents fonts per obtenir una visió de conjunt del potencial que ofereix l'anàlisi i interpretació de dades per a la presa de decisions.

0. Introducció als sistemes d'informació turística

- The customer journey
- El Servei: La cadena de valor de la datificació i la creació de coneixement
- Tourism Analytics

1. Adquisició de les dades

1.1Tipus de dades: estructurades i no estructurades

1.2 On es generen

- Fonts públiques (e.g., IdesCat, INE (enquesta EGATUR i enquesta d'ocupació als allotjaments), EuroStat)
- Fonts privades (e.g., llocs de valoració com Trip Advisor, agregadors com InsideAirbnb, targetes de crèdit, aplicacions mòbils, xarxes socials, entre d'altres)

1.3 Dades geolocalitzades

2. Anàlisi de les dades

2.1 Demanda: comportament del turista

- Perfil i tipus de servei consumit
- Despesa
- Valoració de serveis turístics
- Ús d'aplicacions mòbils
- Ús de targetes de crèdit
- Galetes

2.2 Oferta:

- Destinacions
- Allotjament tradicional i allotjament col·laboratiu

3. Representació de les dades

- Ús d'eines de visualització de dades: KhCoder, Carto, Microsoft Excel
- Dades estadístiques vs Big Data
- Integració de dades i destinacions intel·ligents
- Generació de coneixement i presa de decisions intel·ligents

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	Descripció	Activitat Presencial	HTP	Activitat treball autònom	HTNP
Primera sessió	Presentació de l'Assignatura Tema 0 Aplicació Temes 1, 2 i 3 a dades de llocs de valoració (reviews) (anàlisi de la imatge de la destinació amb KhCoder)	Atenció a l'exposició i resolució de casos pràctics	4	Captura del programa i bibliografia Estudi dels materials teòrics i pràctics Resolució de casos	35
Segona Sessió	Aplicació Temes 1, 2 i 3 a dades d'EGATUR (anàlisi de la demanda) i allotjament tradicional (oferta) amb Microsoft Excel	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	Aplicació Temes 1, 2 i 3 a dades d'InsideAirbnb (anàlisi de l'oferta d'allojtmanent col·laboratiu) amb Microsoft Excel i Carto	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 el contingut treballat en la primera sessió

AAS 2: (30%) Relacionada amb el contingut treballat en la segona sessió

AAS 3: (40%) Relacionada amb el contingut treballat en la tercera sessió (**25%** projecte escrit i **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 turís*tica. 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 desafios 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