



Universitat de Lleida

DEGREE CURRICULUM  
**NEW TECHNOLOGIES IN  
TOURISM**

Academic year 2013-14

## Subject's general information

<b>Subject name</b>	NEW TECHNOLOGIES IN TOURISM
<b>Code</b>	102624
<b>Semester</b>	2n Q Avaluació Continuada
<b>Typology</b>	Obligatòria
<b>ECTS credits</b>	6
<b>Theoretical credits</b>	0
<b>Practical credits</b>	0
<b>Department</b>	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
<b>Important information on data processing</b>	Consult <a href="#">this link</a> for more information.
<b>Language</b>	Catalan 90% English 10%
<b>Office and hour of attention</b>	Dimarts de 20 a 21 h Dimecres de 17.30 a 19.30 h Dijous 16 a 18 h

Eva Martin Fuentes

## Subject's extra information

### Suggestions

It is advisable to attend class because most of the course will be hands-on lab. Throughout the strategy will be the subject of a tourism enterprise 2.0 invented. In the event that a student wishes to make the strategy a real tourist industry, it is essential and inescapable present an authorization signed original of the head of the company.

## Learning objectives

See competences

## Competences

University of Lleida strategic competences

- Correctness in oral and written language.

### Goals

- Establish the right strategy in relation to the positioning of the company on social networks.
- Know how to present in both written and oral reports and TIC strategies for tourism companies.

- Master Information and Communication Technologies.

### Goals

- Understand the main features of virtual collaboration through TIC
- Analyze and utilize information technology and communications (ICT) in various fields of tourism.

Degree-specific competences

- Create and direct a tourist service business which attends and responds to the surroundings in which it operates.

### Goals

- Establish the right strategy in relation to the positioning of the company on social networks.
- Understand the importance of CRM to gather information of interest to the organization in order to manage customer relationships.
- Analyze and utilize information technology and communications (TIC) in various fields of tourism.
- Understand the main features of virtual collaboration through TIC

- Undertake the functions tied to the different functional areas of a touristic business and institutions.

### Goals

- Understand the importance of CRM to gather information of interest to the organization in order to manage customer relationships.
- To establish the right strategy in relation to the positioning of the company on social networks.
- Understand the main features of virtual collaboration through TIC

- Apply instrumental techniques in the analysis and resolution of business problems and the making of decisions.

## Goals

- Analyze and utilize information technology and communications (TIC) in various fields of tourism.
- Understand the importance of CRM to gather information of interest to the organization in order to manage customer relationships.

## Degree-transversal competences

- Ability to organise and plan.
- Team work and leadership.
- Be able to work and learn in an autonomous way and at the same time adequately interact with others through cooperation and collaboration.

## Subject contents

### Subject contents

#### **UNIT 1. The importance of technology in tourist innovation**

- 1.1 Types of innovation
- 1.2 Provide value to the customer
- 1.3 Technological innovation in empreseturísticas

#### **UNIT 2. Presence of the tourist industry on the Internet.**

- 2.1 Domains
- 2.2 Positioning and statistics
- 2.3 eCommerce
- 2.4 Web
- 2.5 Blog

#### **UNIT 3. 2.0 Strategies for the promotion of tourism enterprises.**

- 3.1 Social networks (facebook, twitter, linkedin, foursquare, google +, sightseeing 2.0, etc.).
- 3.2 Advertising 2.0

#### **UNIT 4. Importance of cloud tools in the tourist industry.**

- 4.1 Dropbox
- 4.2 Google Apps for Business

## 4.3 CRM

### UNIT 5. Software specific management tourism business.

#### 5.1 Fronthotel

#### 5.2 Beron

#### 5.3 Other

### UNIT 6. The future of technology in tourism: Augmented Reality, gamification etc..

#### 6.1 Augmented Reality

#### 6.2 Gamificació

## Methodology

La metodologia d'aquesta assignatura és eminentment pràctica. Les bases teòriques que seran necessàries que l'estudiant adquireixi, es realitzaran en classes magistrals utilitzant mètodes participatius, intentant despertar la capacitat de raonament de l'estudiant, tractant temes actuals de discussió i d'anàlisi per promoure el coneixement per comprensió.

Les classes pràctiques constaran també de sortides, estudi de cas, resolució de pràctiques i conferència d'experts.

## Development plan

Dates (setmanes)	Descripció	Activitat presencial	HTP (2) Hores	Activitat treball autònom	
1	La importància de la tecnologia en la innovació turística.	Classe magistral	4	Estudi i cas pràctic	4
2-3-4-5	Presència de l'empresa turística a Internet.	Classe magistral Pràctiques a l'aula d'informàtica	15	Estudi Cas pràctic	26
6-7	Estratègies 2.0 per a la promoció d'empreses turístiques.	Classe magistral Pràctiques a l'aula d'informàtica	8		12
8	Avaluació	Pràctica: estratègia presència empresa a Internet	1		
9-10-11	Estratègies 2.0 per a la promoció d'empreses turístiques.	Classe magistral Pràctiques a l'aula d'informàtica	12	Estudi Cas pràctic Intervenció crítica	12
12-13	Importància de les eines cloud en l'empresa turística	Classe magistral Exercicis a l'aula d'informàtica	7		18

Dates (setmanes)	Descripció	Activitat presencial	HTP (2) Hores	Activitat treball autònom	
14-15	El futur tecnològic en turisme	Classe magistral Exercicis a l'aula d'informàtica i visita	4		6
16-17	Avaluació	Presentació treballs	5		

## Evaluation

Objectius	Activitats d'Avaluació criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Entendre els elements fonamentals que han de tenir en compte les organitzacions per aprofitar els avantatges de l'entorn d'Internet.	Test virtual	10	Setmana 5	O	I	
Analitzar i utilitzar les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) en els diferents àmbits del sector turístic. Correcta expressió oral i escrita.	Assistència i participació activa	10	Durant tot el semestre	O	I	
Entendre els elements fonamentals que han de tenir en compte les organitzacions per aprofitar els avantatges de l'entorn d'Internet.	Pràctica 1: Elaborar la presència d'una empresa turística a Internet (web, blog, analítics, etc.)	25	Setmana 8	O	I	
Conèixer els trets fonamentals de la col·laboració virtual a través de les TIC.	Pràctica 2: Elaborar l'estratègia 2.0 d'una empresa turística	25	Setmana 14	O	I	
Entendre la importància dels CRM per recollir informació interessant per a l'organització de cara a gestionar les relacions amb els clients.	Pràctiques	10	Setmana 13	O	I	
Analitzar i utilitzar les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) en els diferents àmbits del sector turístic.	Test virtual	10	Setmana 15	O	I	
Saber establir l'estratègia adequada en relació amb el posicionament de l'empresa en les xarxes socials. Correcta expressió oral i escrita.	Presentació treball	10	Setmana 16 i 17	O	I	

(1)Obligatòria / Voluntària      (2)Individual / Grupal

**Aclariments:** L'estudiantat podrà contestar totes les proves en català, castellà o anglès.

## Bibliography

### Recommended bibliography

Aguayo Camacho, M. & Guevara Plaza. A., Informática Aplicada al Turismo.

Cavanillas Múgica, S. y otros: Turismo y comercio electrónico: la promoción y contratación on line de servicios turísticos

Rincón Córcoles, A. & Plágaro Repollés, J.M. Turismo virtual : cómo reservar tus vuelos y transportes, conseguir el mejor alojamiento, documentar tus viajes, conocer la opinión de otros viajeros... sin salir de internet

Altres recursos web que es presentaran durant el semestre i es lliuraran al final de curs per a cada alumne.