Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO

Año académico 2013-14

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO 2013-14

Información general de la asignatura

Denominación	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO
Código	102624
Semestre de impartición	2n Q Avaluació Continuada
Carácter	Obligatòria
Número de créditos ECTS	6
Créditos teóricos	0
Créditos prácticos	0
Departamento/s	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	Catalán 90% Inglés 10%
Horario de tutoría/lugar	Martes de 20 a 21 h Miércoles de 17.30 a 19.30 h Jueves 16 a 18 h

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO 2013-14

Eva Martin Fuentes

Información complementaria de la asignatura

Recomendaciones

Es recomendable la asistencia a clase ya que la mayor parte de la asignatura será práctica en el aula de informática. Durante toda la asignatura se realizará la estrategia 2.0 de una empresa turística inventada. En caso de que algún estudiante quiera hacer la estrategia de una empresa turística real, es requisito indispensable e ineludible presentar una autorización firmada original de la persona responsable de la empresa.

Objetivos académicos de la asignatura

Ver competencias

Competencias

Competencias estratégicas de la Universidad de Lleida

- Dominio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

  Objetivos

  - Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC.
  - Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los diferentes ámbitos del sector turístico.

- Corrección en la expresión oral y escrita

  Objetivos

  - Saber establecer la estrategia adecuada en relación con el posicionamiento de la empresa en las redes sociales.
  - Saber presentar de forma escrita y de forma oral informes y estrategias TIC para las empresas turísticas.

Competencias específicas de la titulación

- Aplicar técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.

  Objetivos

  - Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los diferentes ámbitos del sector turístico.
  - Entender la importancia de los CRM para recoger información interesante para la organización de cara a gestionar las relaciones con los clientes.

- Crear y dirigir una empresa de servicios turísticos atendiendo y respondiendo a los cambios del entorno en el que opera.

Objetivos

- Saber establecer la estrategia adecuada en relación con el posicionamiento de la empresa en las redes sociales.
- Entender la importancia de los CRM para recoger información interesante para la organización de cara a gestionar las relaciones con los clientes.
- Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los diferentes ámbitos del sector turístico.
- Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC.

- Desempeñar las funciones relacionadas en las distintas áreas funcionales de una empresa turística e instituciones.

Objetivos

- Entender la importancia de los CRM para recoger información interesante para la organización de cara a gestionar las relaciones con los clientes.
- Saber establecer la estrategia adecuada en relación con el posicionamiento de la empresa en las redes sociales.
- Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC.

Competencias transversales de la titulación

- Capacidad de organizar y planificar.
- Trabajo en equipo y liderazgo.
- Ser capaz de trabajar y de aprender de forma autónoma y simultáneamente interactuar adecuadamente con los demás, cooperando y colaborando.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Contenidos de la materia

TEMA 1. La importancia de la tecnología en la innovación turística.

1.1 Tipus d'innovació

1.2 Oferir valor afegit al client

1.3 Innovació tecnològica en empresesturístiques

TEMA 2. Presencia de la empresa turística en Internet.

2.1 Dominios

2.2 Posicionamiento y estadísticas

2.3 Comercio electrónico

2.4 Web

2.5 Blog

TEMA 3. Estrategias 2.0 para la promoción de empresas turísticas

3.1 Redes sociales (facebook, twitter,linkedin, foursquare, google +, turismo 2.0, etc.)

3.2 Publicidad 2.0

TEMA 4.Importancia de las erramientas cloud en la empresa turística.

4.1 Dropbox

4.2 Google Apps for business

4.3 CRM

TEMA 5.Software específico para la gestión de la empresa turística.

5.1 FrontHotel

5.2 Beroni

5.3 Otros

TEMA 6.El futuro tecnològico en el turismo: Realidad augmentada, gamificación, etc.

6.1 Realidad aumentada

6.2 Gamificación

Ejes metodológicos de la asignatura

La metodología de esta asignatura es eminentemente práctica. Las bases teóricas que serán necesarias que el estudiante adquiera, se realizarán en clases magistrales utilizando métodos participativos, intentando despertar la capacidad de razonamiento del estudiante, tratando temas actuales de discusión y de análisis para promover el conocimiento por comprensión.

Las clases prácticas constarán también de salidas, estudio de caso, resolución de prácticas y conferencia de expertos.

Bibliografía y recursos de información

Aguayo Camacho, M. & Guevara Plaza. A., Informática Aplicada alTurismo.

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 deinternet

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