



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**NUEVAS TECNOLOGÍAS Y
TURISMO**

Año académico 2014-15

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
Horario de tutoría/lugar	Martes, miércoles, de 17 a 19 h
Departamento/s	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Modalidad	Presencial
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	Catalán 40% Castellano 50% Inglés 10%
Grado/Máster	Grado en Turismo
Horario de tutoría/lugar	Martes, miércoles, de 17 a 19 h
Dirección electrónica profesor/a (es/as)	eva@aegern.udl.cat

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 empreses turístiques

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 herramientas 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 tecnológico en el turismo: Realidad aumentada, 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.

Sistema de evaluación

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	

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.	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	
Analitzar i utilitzar les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) en els diferents àmbits del sector turístic	Pràctiques	10	Durant tot el semestre	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.

En cas que una/a estudiant acrediti documentalment (contracte de treball i resum de la vida laboral expedit per la Tresoreria de la Seguretat Social) que està treballant amb jornada laboral completa durant el curs docent i per tant no pot complir amb els requisits establerts per a l'avaluació continuada, podrà optar per la realització d'una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà en les setmanes assenyalades a aquests efectes en el calendari d'avaluació del grau.

Bibliografía y recursos de información

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.