



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE **NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO**

Coordinación: MARTIN FUENTES, EVA

Año académico 2023-24

Información general de la asignatura

Denominación	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y TURISMO			
Código	102624			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Doble titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Turismo	3	OBLIGATORIA	Presencial
	Grado en Turismo	3	OBLIGATORIA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	2.4	3.6	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	MARTIN FUENTES, EVA			
Departamento/s	ECONOMÍA Y EMPRESA			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	40% Presencialidad 60% Trabajo autónomo del estudiantado			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán impartición de la docencia 100% Materiales docentes en castellano 100%			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
MARTIN FUENTES, EVA	eva.martin@udl.cat	6	

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 online 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.

- Correcta 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 el proceso de decisión de las organizaciones en la gestión de 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 el proceso de decisión de las organizaciones en la gestión de 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 el proceso de decisión de las organizaciones en la gestión de 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

TEMA 1. La importancia de la innovación en turismo.

1.1 Tipo de innovación e innovación tecnológica en empresas turísticas

1.2 Códigos QR

TEMA 2. Presencia de la empresa turística en Internet.

2.1 Dominios

2.2 Posicionamiento y estadísticas

2.3 Blog

2.4 Web

TEMA 3. Estrategias 2.0 para la promoción de empresas turísticas.

3.1 Redes sociales (facebook, twitter, linkedin, instagram, tik tok, BeReal, etc.)

3.2 Publicidad online

TEMA 4. Nuevas tendencias

4.1 Gamificación

4.2 Inteligencia artificial

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 estudio de caso, resolución de prácticas, lectura de artículos científicos y conferencia de expertos.

Plan de desarrollo de la asignatura

Fechas (semanas)	Descripción	Actividad presencial	HTP (2) Horas	Actividad trabajo autónomo	Horas
1	La importancia de la innovación en turismo. Inteligencia artificial	Clase magistral	4	Estudio y caso práctico	4
2	Codis QR	Clase magistral	4	Estudio y caso práctico	4
3	Presencia de la empresa turística en Internet	Clase magistral Prácticas en el aula de informática	4	Estudio y caso práctico	6
4	Presencia de la empresa turística en Internet. La importancia de la innovación en turismo.	Clase magistral Prácticas en el aula	4	Estudio y caso práctico	6
5-6	Presencia de la empresa turística en Internet. Nuevas tendencias en turismo: Gamificación	Clase magistral Prácticas en el aula de informática	8	Estudio y caso práctico	12
7	Presencia de la empresa turística en Internet. Nuevas tendencias en turismo: Gamificación	Clase magistral Prácticas en el aula	4	Caso práctico	6
8	Evaluación	Práctica: Presencia de la empresa turística en Internet	1		

Fechas (semanas)	Descripción	Actividad presencial	HTP (2) Horas	Actividad trabajo autónomo	Horas
10	Estrategias online para la promoción de empresas turísticas.	Clase magistral Prácticas en el aula de informática	4	Estudio y caso práctico Intervención crítica	6
11	Estrategias 2.0 para la promoción de empresas turísticas. Nuevas tendencias en turismo: Gamificación	Clase magistral Prácticas en el aula de informática	8	Estudio y caso práctico	12
12-13	Estrategias online para la promoción de empresas turísticas.	Clase magistral Prácticas en el aula de informática	8	Estudio y caso práctico Intervención crítica	12
14	Nuevas tendencias en turismo	Clase magistral	4	Estudio y caso práctico	
15	Evaluación	Test virtual Práctica 2: Estrategias online para la promoción de empresas turísticas.	4		6

Sistema de evaluación

Objectius	Activitats d'Avaluació criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Entender los elementos fundamentales que deben tener en cuenta las organizaciones para aprovechar las ventajas del entorno de Internet.	Test virtual	5	Semana 5	O	I	
Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico. Correcta expresión oral y escrita.	Asistencia y participación activa (entrega prácticas)	10	Durante todo el semestre	O	I	
Entender los elementos fundamentales que deben tener en cuenta las organizaciones para aprovechar las ventajas del entorno de Internet. Entendre el proceso de decisión de las organizaciones en la gestión de las relaciones con los clientes Correcta expresión oral y escrita.	Práctica 1: Elaborar la presencia de una empresa turística en Internet (web, blog, analíticos, etc.)	20	Semana 8	O	I/G	

Objectius	Activitats d'Avaluació criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico. Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC.	Trabajo en grupo: Scape Room en la Seu Vella	20	Semanas 5, 7 y 11	O	G	
Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC. Saber establecer la estrategia adecuada en relación al posicionamiento de la empresa en las redes sociales.	Práctica 2: Elaborar la estrategia online de una empresa turística	20	Semana 15	O	I/G	
Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.	Test virtual	5	Semana 15	O	I	
Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico. Conocer los rasgos fundamentales de la colaboración virtual a través de las TIC.	Práctica: Inteligencia artificial	20	Semana 15	O	G	

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

Plagio

El artículo 9 de la Normativa de Evaluación establece que el estudiante no puede utilizar durante la realización de las actividades de evaluación medios no permitidos o mecanismos fraudulentos. El estudiante que utilice cualquier medio fraudulento relacionado con la prueba y/o lleve aparatos electrónicos no permitidos, quedará sujeto a las consecuencias previstas en esta normativa o en cualquier normativa de régimen interno de la UdL.

El artículo 43 de la Normativa de convivencia de la UdL describe las sanciones aplicables, que incluyen, entre otros y dependiendo de la gravedad de la falta, la pérdida del derecho a ser evaluado de la asignatura, la pérdida de la matrícula de un semestre o curso o la expulsión hasta tres años.

Aclaraciones

El estudiantado podrá contestar todas las pruebas en catalán, castellano o inglés.

En caso de que un / a estudiante acredite documentalmente su imposibilidad de asistir a las actividades programadas dentro de la evaluación continuada (por trabajo remunerado, segunda o ulterior matrícula de la asignatura, conciliación de la vida laboral y familiar y estancias de movilidad) podrá optar por una o más pruebas

de validación de competencias y conocimientos que se detallan en la guía docente. Esta asignatura consistirá en la presentación de las Prácticas 1 y 2 y el trabajo de gamificación (30% cada una) que se deberán entregar en las mismas fechas que el resto de los estudiantes de la asignatura, se podrán recuperar estas prácticas con su entrega una semana después de obtener la nota de la evaluación. Además, los estudiantes que se acojan a esta modalidad deberán realizar los dos tests virtuales (5% cada uno) el mismo día que el resto de los estudiantes pero lo podrán hacer a distancia de forma virtual.

Tal como ha indicado el asesor jurídico de la UdL, esta prueba está sometida a la normativa de evaluación a los efectos de recuperación (pruebas iguales o superiores al 30%) y revisión.

En la página web de la Facultad está el documento que deben rellenar los alumnos y entregar al profesor responsable de la asignatura:

<http://www.fdet.udl.cat/export/sites/Fdet/ca/.galleries/Documents/Secretaria-documents/Solicitud-davaluacio-alternativa.pdf>

La solicitud de esta modalidad evaluativa deberá realizar antes de 20 de marzo del presente curso con acreditación documental y, una vez hecha, no se podrá modificar.

Bibliografía y recursos de información

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

Benckendorff, P. J., Xiang, Z., & Sheldon, P. J. (2019). *Tourism information technology*. Cabi.

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.

Sicilia, M., Palazón, M., López, I., & López, M. (2021). *Marketing en redes sociales*. ESIC Editorial.

Xu, F., Weber, J., & Buhalis, D. (2013). Gamification in tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014: Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21-24, 2014* (pp. 525-537). Springer International Publishing.

Durante el cuatrimestre se facilitarán diferentes lecturas.