



GUÍA DOCENTE
**SISTEMAS DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA AVANZADOS**

Coordinación: MARINE ROIG, ESTELA

Año académico 2022-23

Información general de la asignatura

Denominación	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA AVANZADOS			
Código	14288			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales	1	OPTATIVA	Semipresencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3.5	2.5	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	MARINE ROIG, ESTELA			
Departamento/s	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	30% inglés 70% castellano			
Distribución de créditos	Estela Mariné Roig, 4 ECTs Berta Ferrer Rosell, 2 ECTs			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
FERRER ROSELL, BERTA	berta.ferrer@udl.cat	2	
MARINE ROIG, ESTELA	estela.marine@udl.cat	4	

Información complementaria de la asignatura

En el conjunto del Plan de Estudios la asignatura de Sistemas de Información Turística Avanzados se enmarca dentro del módulo 2, que está diseñada para aquellos estudiantes que se quieran especializar en Marketing de Medios Sociales en el ámbito del turismo, la principal industria del país en este momento. Esta especialización en turismo electrónico es necesaria en España, dónde el turismo representa la mayor industria del país, para aumentar la competitividad tanto de las empresas como de destinos turísticos.

En esta asignatura se trabajará en la obtención, creación, gestión y análisis de datos e información para el turismo, haciendo especialmente hincapié en la gestión y análisis de información a partir de *big data* online poniendo de relieve la importancia de los datos y la información para la investigación a este ámbito y la toma de decisiones inteligentes tanto de empresas como de destino turísticos. Se trabajará con bases de datos reales provenientes de distintas fuentes, y se utilizarán distintas herramientas de análisis y presentación de datos punteras como Site Content Analyzer, Carto y Raw Graphs.

Objetivos académicos de la asignatura

- Diseñar y priorizar proyectos de sistemas de información en el ámbito turístico y evaluar su viabilidad
- Aplicar métodos y técnicas para el análisis y diseño de sistemas de información turística
- Definir nuevos entornos y herramientas para la gestión de la información, para el diseño y la aplicación de modelos de información que deriven en nuevas oportunidades para las empresas y los destinos turísticos.
- Adaptarse a la resolución de problemas y toma de decisiones en entornos intensivos en información
- Utilizar distintas herramientas y software de análisis y presentación de datos masivos.

Competencias

Básicas

CB1 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB3 Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB4 Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB5 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Generales

CG1 Analizar y sintetizar ideas, datos y contenidos

CG2 Organizar y planificar recursos y personas

CG3 Trabajar en equipo y liderar

CG4 Razonar y evaluar de forma crítica

CG5 Asegurar la calidad

CG6 Trabajar y aprender de forma autónoma

CG7 Aplicar el conocimiento a la práctica

CG8 Tomar decisiones estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos.

CG9 Expresarse correctamente de forma oral y escrita

CG10 Dominar una lengua extranjera

CG11 Dominar las TIC

CG12 Respetar los derechos fundamentales

Específicas

CE3 Generar sistemas de información a partir de entornos online y redes sociales para obtener conocimiento especializado.

CE8 Distinguir, diseñar, aplicar y evaluar métodos avanzados de análisis de información en marketing de medios sociales

Contenidos fundamentales de la asignatura

Por lo que respecta a los contenidos, a lo largo de la asignatura en cada una de las sesiones, se trabajarán las siguientes fases en relación a los datos:

1. Adquisición de los datos
2. Análisis de los datos
3. Representación de los datos

Este procedimiento se aplicará a los diferentes tipos de datos de diferentes fuentes para obtener una visión de conjunto del potencial que ofrece el análisis e interpretación de datos para la toma de decisiones.

0. Introducción a los sistemas de información turística

- The customer journey
- El Servicio: La cadena de valor de la datificación y la creación de conocimiento
- Tourism Analytics

1. Adquisición de los datos

1.1 Tipo de datos: estructuradas y no estructuradas

1.2 Donde se generan

- Fuentes públicas (e.g., IdesCat, INE (encuesta EGATUR y encuesta de ocupación en los alojamientos), EuroStat)
- Fuentes privadas (e.g., sitios de valoración como Trip Advisor, agregadores como InsideAirbnb, tarjetas de crédito, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros)

1.3 Datos geolocalizados

2. Análisis de los datos

2.1 Demanda: comportamiento del turista

- Perfil y tipos de servicio consumido

- Gasto
- Valoración de servicios turísticos
- Uso de aplicaciones móviles
- Uso de tarjetas de crédito
- Cookies

2.2 Oferta:

- Destinos
- Alojamiento tradicional y alojamiento colaborativo

3. Representación de los datos

- Uso de herramientas de visualización de datos: KhCoder, Carto, Microsoft Excel
- Datos estadísticos vs Big Data
- Integración de datos y destinos inteligentes
- Generación de conocimiento y toma de decisiones inteligentes

Ejes metodológicos de la asignatura

Metodologías docentes:

1. Clase magistral teórica
2. Clase práctica
3. Clase de Laboratorio
4. Tutoría
5. Trabajos individuales y en grupo
6. Trabajo y estudio autónomo.

Se pretende que la asignatura sea eminentemente práctica y que se trabaje con bases de datos reales y con herramientas punteras para el análisis y presentación de datos como Carto, RawGraphs o KHCoder.

Plan de desarrollo de la asignatura

Fechas	Descripción:	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (3) (Horas)
Primera Sesión	Presentación asignatura Tema 0 Aplicación Temas 1, 2 y 3 a datos de sitios de valoración (reviews). Análisis de la imagen del destino con KHCoder.	Atención a la exposición y resolución de casos prácticos	4	Integración del programa y bibliografía Estudio de los materiales teóricos y prácticos Resolución de casos	35
Segunda Sesión	Aplicación Temas 1, 2 y 3 a datos de EGATUR (análisis de la demanda) y alojamiento tradicional (oferta) con Microsoft Excel.	Atención a la exposición y resolución de casos prácticos	4	Estudio de los materiales Estudio, preparación y participación en actividad planteada Resolución de casos	35
Tercera Sesión	Aplicación Temas 1, 2 y 3 a datos de InsideAirbnb (análisis de la oferta de alojamiento colaborativo) con Microsoft Excel y Carto	Atención a la exposición y resolución de casos prácticos	4	Estudio de los materiales Estudio, preparación y participación en actividad planteada Resolución de casos	35

Cuarta Sesión	Presentación y entrega de trabajos	Atención a la exposición y presentación de trabajos	3	Estudio de los materiales Finalización del trabajo, y preparación de la exposición	30
---------------	------------------------------------	-----------------------------------------------------	---	---------------------------------------------------------------------------------------	----

(2)HTP = Horas de Trabajo Presencial

(3)HTNP = Horas de Trabajo No Presencial

Sistema de evaluación

La evaluación consistirá en la entrega de 3 Actividades de Evaluación y Síntesis (AES) y la presentación oral de la 3a AES:

AES 1: (30%) Relacionada con el contenido trabajado en la primera sesión

AES 2: (30%) Relacionada con el contenido trabajado en la segunda sesión

AES 3: (40%) Relacionada con el contenido trabajado en la tercera sesión (**25%** proyecto escrito y **15%** presentación oral)

Bibliografía y recursos de información

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 turística*. 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 desafíos 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.ithoteler.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