



Nuevas tecnologías
en el ámbito turístico
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Nuevas tecnologías en el ámbito turístico

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Dr. César Lapuente; Dra. Miren Aurkene Alzúa Sorzabal

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

- CG 4. Capacidad para la solución de problemas
- CG 5. Adaptación a nuevas situaciones y estados de crisis
- CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinarios

Competencias específicas

- CE 8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.
- CE 15. Conocer el procedimiento operativo del ámbito del alojamiento y la restauración. Conocer, comprender y aplicar la terminología básica y los distintos modelos de actividades ligadas a los alojamientos y a la restauración.
- CE 16. Conocer el procedimiento operativo del ámbito de la intermediación y el transporte turístico. Por medio de esta competencia se desarrollarán los conocimientos para comprender y analizar los procesos que intervienen en la intermediación y transporte turístico, así como la relación entre ellos y los usuarios.
- CE 17. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del turismo. Conocer las herramientas básicas que ofrece las nuevas tecnologías y ser capaz de implementarlas a las actividades turísticas. Ser capaz de manejar los medios de Internet y ofimáticos así como evaluar y diseñar la usabilidad de los mismos.

1.2. Resultados de aprendizaje

Mediante una prueba objetiva y una prueba práctica el estudiante demostrará conocer las teorías y procedimientos esenciales relacionados con las nuevas tecnologías implementados a la realidad turística.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Conocimientos generales sobre fundamentos turísticos.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura tratará las nuevas tecnologías en las diferentes áreas funcionales de la empresa turística (financiera, marketing, recursos humanos, compras, y gestión/producción) diferenciando aquellas que son de front-office de las de back-office. Así, se tratarán sistemas globales de distribución, sistemas de gestión de la propiedad (PMS y ERP), sistemas de reservas, sistemas de compras (“e-procurement”), sistemas de ventas de entradas, comunidades virtuales, la publicidad “on line”, sistemas de información geográfica y la domótica, entre otros.

2.3. Contenido detallado

BLOQUE I. Contexto tecnológico en Turismo

1. Nuevas tendencias tecnológicas en turismo
 - Modelo de consumo turístico
 - El turista digital
 - El turismo de experiencia
2. Digitalización de la industria turística
 - Modelos de negocio turístico digitales
 - Decisiones tecnológicas y estrategias de gestión
 - Gestión de la actividad turística
3. La tecnología en el destino turístico
 - Smart destinations
 - Resiliencia de los destinos turísticos
 - Movilidad y urbanismo
4. Tecnologías sostenibles
 - Soluciones energéticas
 - Biodiversidad
 -

BLOQUE II. Tecnología en la empresa turística

5. Sistemas y soluciones de back-office
 - Sistemas de información: ERP, CRM, BI
 - Sistemas de Inteligencia turística
 - PMS y RMS
6. Big Data
 - Open Data
 - Data Storage
 - Data Analytics
7. Tecnología aplicada
 - Automatización y robótica
 - Block-chain
 - Internet de las cosas
8. Soluciones sectorizadas
 - Transporte

- Alojamiento
- Intermediación turística: GDS

BLOQUE III. Tecnologías digitales

9. Marketing Digital
 - Estrategias de conversión
 - Reputación online
 - Tácticas y líneas de actuación
10. Soluciones y entornos móviles
 - Escenarios de uso
 - Geolocalización y ubicuidad
 - Google Play y App Store
11. Plataformas colaborativas
 - Plataformas de producción
 - Redes sociales
 - Modelos de negocio
12. Soluciones de mediación
 - Realidades alternativas
 - NFC, e-beacons
 - Wearables

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Proyectos

Proyecto 1: *Estudio de casos*. Se realizará un estudio de casos de escenarios de uso y modelos de negocio de la Industria Turística en los que la tecnología suponga una pieza clave en la propuesta de valor o la prestación del servicio.

Proyecto 2: *Aplicación tecnológica*. De forma individual o por equipos el/la alumno/a deberá realizar propuestas específicas de tecnología aplicada al Sector Turístico.

Talleres

1. CRM: Hubspot
2. Productividad, gestión de tareas: Trello
3. Realidad alternativa: Hololens; Oculus
4. Formularios: Jotform, Microsoft Forms
5. WEB: Wordpress
6. APPs móviles: Google Play y App Store
7. Mapas mentales: MindMeister
8. Big Data Storage: Google Cloud / Azure / WebHosting
9. Big Data Analytics: Power BI
10. Energía: Huella carbono ONU
11. Robots: Chatbots
12. Colaboración: Slack

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Exámenes parciales	0%
Examen final	60%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Buhalis, D. (2003). *E- Tourism: Information technology for strategic tourism management*. Dimitrios Buhalis. London: Prentice Hall.
Priestley y Romagosa (2013). *Nuevos horizontes en la gestión del turismo*. Barcelona: UAB, Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera
Secretaría General de Turismo del Ministerio de Economía (2002). *Guía 2002 de la tecnología turística española*. Madrid: IFEMA.

Bibliografía recomendada

Laws, e. (2002). *Embracing and managing chance in tourism*. London: Routledge
Maldonado et al. (2006). *Turitec 2006: VI Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Málaga: Escuela Universitaria de Turismo