



NUEVAS
TECNOLOGÍAS EN
EL ÁMBITO
TURÍSTICO
Grado en Turismo
2018-19



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Titulación: Grado en Turismo

Curso Académico: 2018-19

Carácter: Optativa

Idioma: Español / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Jaime J. González Masip

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 interdisciplinares

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 desarrollaran 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

Ninguno.

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 turísticas
 - Operaciones en servicios turísticos: turismo electrónico
 - Modelo de consumo turístico
 - El turista digital
 - El turismo de experiencia
 - Comercio electrónico
2. Digitalización de la industria turística
 - Nuevos modelos de negocio turístico
 - Decisiones tecnológicas y estrategias de gestión
 - Capacitación humana
 - Gestión de la actividad turística: gestión de la información.
3. La gestión del destino turístico
 - Smart cities / Smart destinations
 - Gestión de la actividad turística.

- Resiliencia de los destinos turísticos
- Movilidad y urbanismo
- Servicios de apoyo y recursos

BLOQUE II. Tecnología orientada a la producción

4. Sistemas y soluciones de back-office
 - Soluciones ERP
 - Soluciones SCM
 - Soluciones CRM
 - Plataformas de venta y pago
 - Soluciones open source
5. Tecnología aplicada
 - Big Data y Open Data
 - Gestión de la calidad y la eficiencia
 - Logística, aprovisionamiento (e-procurement) y última milla.
 - Automatismos y robótica
 - Block-chain
6. Soluciones sectorizadas
 - Transporte: Yield Management
 - Alojamiento: PMS y Revenue Management
 - Intermediación turística: GDS
 - MICE
 - El ecosistema turístico de Google
7. Turismo sostenible
 - La triple línea base
 - Eco-eficiencia y eco-diseño.
 - Economía circular.
8. Internet de las cosas
 - Arquitectura y tipos de soluciones
 - Domótica y casos de uso
 - Evolución

BLOQUE III. Tecnología orientada al consumo

9. Promoción y Marketing Digital
 - Estrategias de conversión
 - Reputación online
 - Social media
 - Soluciones multimedia
 - Content Marketing
 - Anuncios y posicionamiento SEO/SEM
 - Plataformas web
10. Soluciones y entornos móviles
 - Escenarios de uso
 - Geolocalización y ubicuidad
 - Realidad aumentada

-
- 11. Plataformas colaborativas
- Evolución
- Modelos de negocio
- Impacto en territorio

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:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Estudio de casos*. Se analizarán en el aula y se someterán a debate algunos 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.

Actividad Dirigida 2 (AD2): *Aplicación tecnológica*. De forma individual o por equipos el/la alumno/a deberá realizar propuestas específicas de tecnología aplicada al Sector Turístico.

Actividad Dirigida 1 (AD3): *Actualidad tecnológica de la industria*. El alumnado tendrá que localizar noticias en prensa relacionadas con tecnología y turismo. Una vez seleccionada la pieza, deberán analizar la información para explicar en clase la situación novedosa de ese grupo o medio de comunicación.

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

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

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

Otros recursos

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Jaime J. González Masip
Departamento	Turismo (Ciencias Sociales)

Titulación académica	<p>Doctor en Dirección de Empresas. Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado. Ingeniero Superior de Informática</p>
Correo electrónico	jgonzalezmas@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Además, acumula las titulaciones de Máster en Investigación en Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad por la Universidad Complutense de Madrid; Licenciado en Investigación de Mercados (Marketing) por la Universidad Autónoma de Madrid; e Ingeniero Superior de Informática por la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>Durante su carrera docente e investigadora ha trabajado en varias instituciones universitarias públicas y privadas. Es profesor del área de Turismo desde el año 2012, impartiendo materias como Gestión de Turoperadores y Agencias de Viajes, Gestión de la Calidad Turística, Gestión de Eventos Turísticos, Gestión Sostenible de Destinos Turísticos, Marketing Digital y Turismo 2.0, Economías Colaborativas en el Sector Turístico, Marketing Turístico y Economía Aplicada al Turístico. En los últimos años ha participado en diversos congresos académicos con comunicaciones específicas del Sector Turístico.</p> <p>Además, acumula más de diez años de experiencia profesional en puestos directivos en empresas de tecnología con responsabilidades, entre otras, sobre Marketing y Ventas.</p>