

INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN TURÍSTICA

Curso 2015/2016

(Código:65033045)

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Las aplicaciones informáticas orientadas a la gestión han experimentado un gran avance en los últimos años hasta el punto de convertirse en parte esencial en el desarrollo de cualquier iniciativa empresarial. Gracias a su diversidad y accesibilidad (tanto en términos de facilidad de manejo como de amplia oferta comercial), en la actualidad cualquier empresario o emprendedor puede incorporar herramientas informáticas a los procesos de gestión de las diferentes áreas de su empresa. Esta tendencia no hace sino reforzarse por la flexibilidad, accesibilidad y escalabilidad de las cada vez más habituales aplicaciones desubicadas (*cloud computing*).

Junto con lo anterior, Internet y en particular las redes sociales ofrecen más y más oportunidades para desarrollar nuevas estrategias de negocio. Esto es especialmente relevante en sectores como el turístico en donde el marketing *online*, la creación de comunidades virtuales, el posicionamiento en motores de búsqueda, o el desarrollo de nuevas aplicaciones y servicios para usuarios en movilidad se han convertido en prácticas fundamentales para desarrollar estrategias eficaces y poner en valor toda iniciativa empresarial.

Por otro lado, en el contexto económico actual, la optimización y dinamización de los recursos de una empresa es una pieza fundamental, por lo que las soluciones de gestión deben encaminarse en buena medida hacia objetivos de racionalidad en el balance coste-beneficio. Esta reflexión cobra si cabe más fuerza desde el punto de vista del emprendedor que se enfrenta al desarrollo de una idea de negocio. Hacerla realidad a través de una gestión profesional y rigurosa basada en herramientas TIC es asumible para prácticamente cualquier proyecto y, aunque ello no garantice su éxito, es indudable que sienta las bases para alcanzarlo.

Otro aspecto relevante es la proliferación y variedad de las herramientas y soluciones TIC existentes para la gestión empresarial. Por ello en la asignatura se presentará una selección de las mismas basada entre otros criterios en la valoración que la propia industria y sus usuarios hacen de ellas, lo que en ningún caso debe entenderse como una selección interesada, sino al contrario, acotada para hacer manejable el aprendizaje. Para ello en cada capítulo se presentan casos concretos a modo de ejemplo práctico para el alumno, que posteriormente podrá desarrollar en función de sus intereses y necesidades.

Con estas premisas, la presente asignatura se centra en orientar al alumno en la organización de la gestión empresarial a partir de la presentación de múltiples soluciones de cloud computing, ofreciendo un abanico de posibilidades que le permita conocer diferentes alternativas y formar su propio criterio para dar respuestas a las necesidades de gestión de un determinado negocio. Todo ello desde el enfoque del empresario-emprendedor como figura indispensable en el contexto económico actual, en el que la velocidad de desarrollo de un negocio y la toma de decisiones basadas en una buena gestión son aspectos cruciales para impulsar su viabilidad en el tiempo.

2. CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN TURÍSTICA se imparte en el primer cuatrimestre del tercer curso del Grado en Turismo y es parte de la FORMACIÓN OBLIGATORIA del Plan de Estudios.

Es además una de las cuatro asignaturas cuatrimestrales, de 6 créditos ETCS cada una, que desarrollan la materia denominada DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y TRANSPORTES. Dicha materia tiene como objetivo genérico conocer los principios de la gestión integral de la distribución turística: intermediarios turísticos, canales de distribución y estrategias de comunicación, teniendo en especial consideración el marco legal de la empresa turística y las TIC al servicio de la distribución y el transporte. Todo ello con un enfoque de mejora de la comunicación y servicio al cliente.



De entre las competencias específicas que, de acuerdo con el plan de estudios, el estudiante debería adquirir cursando el Grado, la asignatura INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN TURÍSTICA contribuye al fomento de las siguientes:

- § Desarrollar habilidades en el manejo de herramientas TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información en la organización, gestión, desarrollo y seguimiento de un negocio.
- § Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas, así como saber tomar decisiones estratégicas en el ámbito de la gestión empresarial.
- § Analizar los fundamentos del marketing online así como los objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- § Tener una marcada orientación práctica y de servicio al cliente.
- § Desarrollar habilidades de aprendizaje para emprender un nuevo negocio en el ámbito del turismo con un alto grado de autonomía.

3. REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Para cursar la asignatura INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN TURÍSTICA es aconsejable tener conocimientos básicos de aplicaciones informáticas (uso de un ordenador y de paquetes ofimáticos, y manejo de Internet y de redes sociales).

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El aprendizaje permitirá al estudiante:

- § Conocer la existencia de herramientas y técnicas informáticas aplicadas a la gestión de una empresa, y de aplicación a negocios del sector turístico.
- § Desarrollar su propio criterio respecto a la selección de las herramientas informáticas específicas más adecuadas para la gestión de las principales áreas de la empresa.
- § Desarrollar su propio criterio respecto a la selección de herramientas informáticas específicas para definir estrategias de marketing y desarrollo de negocio basadas en el uso de Internet y las redes sociales.

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

PARTE 1. Introducción

Capítulo 1. El papel de las TIC y las herramientas informáticas en la gestión de la empresa

Capítulo 2. El *cloud computing* y su aplicación a la gestión de la empresa

PARTE 2. Herramientas *cloud computing* para la gestión de la empresa turística

Capítulo 3. Contabilidad y finanzas

Capítulo 4. Marketing y relación con clientes

Capítulo 5. Planificación estratégica y gestión de equipos de trabajo

Capítulo 6. Otras herramientas específicas para la gestión turística (alojamiento, transporte, reservas)



PARTE 3. Desarrollo de estrategias de negocio en Internet y redes sociales

Capítulo 7. Aspectos generales de la presencia en Internet y en redes sociales

Capítulo 8. Reputación y posicionamiento online

Capítulo 9. Comercio electrónico y plataformas de pago

Capítulo 10. La revolución móvil: contenidos, servicios y aplicaciones

6.EQUIPO DOCENTE

- [JOSE LUIS GOMEZ BARROSO](#)
- [SERGIO RAMOS VILLAYERDE](#)

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

La enseñanza de la asignatura se impartirá con la metodología a distancia propia de la UNED. Esta metodología combina el uso de herramientas en el campus virtual, el asesoramiento de los profesores tutores en los Centros Asociados, y otras actividades que se puedan establecer con profesores y compañeros en sus centros de estudio.

Al comienzo del curso se activará el Aula Virtual en la plataforma aLF. El alumno podrá allí consultar toda la información relativa a la asignatura: programación, pruebas de evaluación continua, actividades prácticas a realizar, contenidos, enlaces a páginas web de interés, etc.

La comunicación entre el equipo docente, los profesores tutores y los estudiantes se realizará a través de las herramientas de comunicación del Aula, en particular a través de los foros definidos al efecto.

Las actividades formativas se componen de un trabajo autónomo, tiempo que dedica el alumno en solitario para preparar y superar la asignatura (70%), y un trabajo colaborativo con tutores y docentes a través del Aula Virtual (30%).

Trabajo autónomo del estudiante:

- § Estudio de los contenidos teóricos (lectura del temario, asimilación de contenidos, etc.)
- § Estudio de casos prácticos y/o ejercicios propuestos.
- § Realización de pruebas de evaluación continua.
- § Preparación de la prueba presencial y realización de las mismas.

Trabajo del estudiante mediante interacción con profesores de la sede central, tutores, y resto de estudiantes:

- § Participación en los foros del curso virtual.
- § Participación en actividades en grupo organizadas por los profesores tutores.

8.EVALUACIÓN

Se realizará una prueba escrita (presencial) al final del cuatrimestre así como diferentes pruebas de evaluación continua (a distancia) a lo largo del mismo. La calificación final se obtendrá por la suma de las calificaciones de las diferentes pruebas con la salvedad que se detalla más abajo.



Prueba Presencial (80 % de la calificación final)

Este examen estará formado por un test de 16 preguntas tipo *test* con cuatro alternativas de las que sólo una es correcta. Cada pregunta bien contestada puntúa 0,5 puntos, cada pregunta errónea resta 0,2 puntos y una pregunta sin contestar ni suma ni resta nada.

Esto significa que la máxima calificación que puede obtenerse en la Prueba Presencial es de 8 puntos. Los 2 restantes (hasta 10) pueden obtenerse con las Pruebas de Evaluación Continua.

Sin embargo, y dado que las Pruebas de Evaluación Continua no tienen carácter obligatorio, el alumno podrá superar la asignatura sin realizar dichas pruebas, para lo que deberá obtener 5 puntos (sobre los 8 posibles) en esta prueba presencial.

La duración del examen será de una hora y media y se realizará en los Centros Asociados en los días que corresponda según el calendario establecido por la UNED a principios de cada curso académico.

Prueba de Evaluación Continua (20 % de la calificación final)

Las Pruebas de Evaluación Continua se definirán en el curso virtual.

El resultado de estas pruebas tendrá un valor máximo de 2 puntos. La calificación se sumará a la de la Prueba Presencial siempre que la calificación obtenida en el *test* sea de al menos 3,5 puntos.

Quiere esto decir que, por ejemplo, con 1,8 puntos en la Prueba de Evaluación Continua y 3,2 puntos en la Prueba Presencial no se aprueba la asignatura. Debería repetirse la Prueba Presencial en la convocatoria extraordinaria de septiembre para alcanzar al menos 3,5 puntos.

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

La materia se prepara con los apuntes de la asignatura elaborados por el equipo docente. Se dará información en el Aula Virtual.

10.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

A lo largo del curso se facilitarán enlaces web y otras referencias bibliográficas relacionados con cada uno de los capítulos que componen el temario de la asignatura.

11.RECURSOS DE APOYO

El estudiante contará con los siguientes medios de apoyo:

§ Aula virtual: en la plataforma ALF el estudiante tendrá acceso a la información de esta guía, foros por contenidos, pruebas de evaluación continua, etc.; también podrá entrar en contacto con otros estudiantes, profesores tutores y con el equipo docente.

§ Comunicación directa con el equipo docente: se recomienda que se utilicen las herramientas del Aula Virtual; no obstante lo anterior, también puede contactarse con el equipo docente de la asignatura por teléfono (en el horario preferente que se detalla y siempre dentro del calendario lectivo) o por correo electrónico:

Teléfono: 91 398 81 15 (miércoles, de 16:00 a 20:00 horas).



Correo electrónico de la asignatura: infagestur@cee.uned.es

El estudiante tendrá también a su disposición los medios existentes en la red de bibliotecas de la UNED en los horarios establecidos al efecto. Muchos de los servicios de biblioteca son también accesibles a través del Campus UNED.

12.TUTORIZACIÓN

Los estudiantes podrán realizar sus consultas a los miembros del equipo docente y a los profesores tutores que se les asignen.

El medio usual debe ser el Aula Virtual. No obstante, en el apartado "Recursos de apoyo" aparece el correo electrónico de la asignatura y el horario preferente de atención telefónica.

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



BB27E41B5554AA239D946496EDCF270F