



DATOS IDENTIFICATIVOS

Sistemas de información para la gestión turística

Asignatura	Sistemas de información para la gestión turística			
Código	O04G240V01503			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Carlos Villamarín, Pablo de			
Profesorado	Carlos Villamarín, Pablo de			
Correo-e	pdecarlo@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es/			
Descripción general	En el contexto de la actual sociedad de la información, los sistemas que permiten gestionar esta son vitales para la supervivencia de cualquier organización que, tal como sucede con aquéllas que integran el sector turístico, participe activamente en el mundo de los negocios globales. En esta asignatura se pretende poner de manifiesto la importancia que para las organizaciones del sector turístico tiene diseñar e implantar un sistema de información eficiente. Esta herramienta de gestión debe permitirles captar los datos disponibles en un entorno altamente complejo y dinámico, procesarlos en el seno de la organización para convertirlos en información útil y difundir dicha información a las personas idóneas. Asimismo, se pretende resaltar las nuevas oportunidades de negocio electrónico que han surgido en el sector. La asignatura está integrada por dos tipos de contenidos íntimamente relacionados. Por un lado, los teóricos, centrados en el análisis de los sistemas de información en las organizaciones, en general, y en las del sector turístico en particular. Para ello, se abordarán aspectos tales como el papel que juegan los sistemas de información en los negocios actuales, los rasgos distintivos que caracterizan la denominada sociedad de la información, así como las transformaciones experimentadas por el turismo en el seno de la misma, el impacto de los sistemas de información en las organizaciones y su utilización para obtener ventajas competitivas o los nuevos modelos de negocio electrónico en el sector turístico. Por otro lado, los prácticos, en los que se formulan actividades en las que se deben buscar y obtener datos relativos a diversos aspectos de la actividad turística, procesarlos para convertirlos en información útil para la organización turística correspondiente y presentar dicha información de la forma más clara posible.			

Competencias

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado

B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo
C13	Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
D2	Compromiso ético
D3	Creatividad
D4	Iniciativa empresarial
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Explicar cómo funcionan los sistemas de información y por qué son tan esenciales para los negocios actuales.	A1 A5	B5 B8		
Valorar las transformaciones experimentadas por el turismo en la sociedad de la información.	A1 A5	B8	C10	D3
Describir los principales impactos de los sistemas de información sobre la economía y la estructura de las organizaciones.	A1 A5	B5		
Aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter para analizar cómo las empresas desarrollan estrategias competitivas mediante el uso de sistemas de información.	A1 A2 A5	B9		D3
Identificar los sistemas y tecnologías que pueden apoyar la gestión de la información y de los procesos de negocio de las empresas turísticas.	A1 A5	B8	C13	
Distinguir las características únicas del comercio electrónico, sus diferentes tipos y sus principales modelos de ingresos.	A1 A5	B8		
Valorar los cambios introducidos por Internet en el modelo de negocio de las empresas turísticas.	A1 A5	B7 B8	C10 C13	
Utilizar distintas herramientas de gestión de la información para simular tareas propias de una empresa turística que impliquen convertir datos en información a presentar de forma nítida y estructurada.	A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9 B10	C10 C13	D1 D2 D3 D4 D5

Contenidos

Tema	
Tema 1. La sociedad de la información.	1.1. Caracterización básica de la sociedad de la información. 1.2. Sistemas de información en los negocios globales actuales. 1.3. El turismo en la sociedad de la información.
Tema 2: Gestión de la información y del conocimiento en empresas turísticas.	2.1. Cómo utilizan las empresas los sistemas de información: impactos y estrategias. 2.2. Gestión de los flujos de información en las empresas del sector turístico.
Tema 3: Estrategias de negocios turísticos basados en la red.	3.1. Comercio electrónico e internet. 3.2. Negocio y comercio electrónico en el turismo.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0.5	1.5
Sesión magistral	21.5	64.5	86
Prácticas en aulas de informática	21	0	21
Presentaciones/exposiciones	1.5	38.75	40.25
Pruebas de tipo test	1.25	0	1.25

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la asignatura.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la asignatura objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Prácticas en aulas de informática	Actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas, y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio, que se realizan en aulas de informática.
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la asignatura o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto,...

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Tiempo reservado para orientar, atender y resolver dudas del alumno en su proceso de adquisición de las competencias de la asignatura.
Prácticas en aulas de informática	Tiempo reservado para orientar, atender y resolver dudas del alumno en su proceso de adquisición de las competencias de la asignatura.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante lo docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la asignatura o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto...	50	A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9 B10	C10 C13	D1 D2 D3 D4 D5
Pruebas de tipo test	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Los alumnos seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.	50	A1 A2 A5	B7 B8 B9	C10 C13	D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Primera oportunidad: el conjunto de criterios de evaluación arriba expuesto constituye el sistema de evaluación continua en la primera oportunidad. Es necesario alcanzar un mínimo de 3.5 (sobre 10) en cada prueba para poder compensarla y superar la asignatura.

El alumno que no siga el procedimiento de evaluación continua deberá realizar un examen final, con parte teórica y parte práctica, que supondrá el 100% de la nota. Es necesario alcanzar un mínimo de 3.5 (sobre 10) en cada parte para poder compensarla y superar la asignatura.

Segunda oportunidad: los alumnos que no superen la asignatura en la primera oportunidad, tienen dos opciones:- Realizar un examen, con parte teórica y parte práctica, que supondrá el 100% de la nota. Es necesario alcanzar un mínimo de 3.5 (sobre 10) en cada parte para poder compensarla y superar la asignatura.- Conservar la nota obtenida en las Presentaciones/exposiciones (50%), siempre que sea superior a 3.5 (sobre 10), y realizar únicamente la Prueba de tipo test (50%). Es necesario alcanzar un mínimo de 3.5 (sobre 10) en esta prueba para poder compensarla y superar la asignatura.

La concreción de las actividades a realizar dependerá en gran medida del número de alumnos, medios para trabajar en grupo, etc.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016. En caso de conflicto y disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Fuentes de información

Arjonilla Domínguez, S.J. e Medina Garrido, J.A., **La Gestión de los sistemas de información en la empresa: teoría y casos prácticos (3ª edición)**, Madrid: Pirámide,

Gil Padilla, A. e González Aponcio, Z., **Las nuevas tecnologías en el sector turístico**, en Parra, E. y Calero, F.J. (eds.) **Gestión y Dirección de Empresas Turísticas**. Ma,

Laudon, K.C. e Laudon, J.P., **Sistemas de información gerencial (12ª edición)**, México: Pearson Educación,

Pérez, E., Rodríguez, M.E. e Rubio, F., **Turismo en la sociedad de la información: modelos emergentes. El entorno general**, UOC,

Sieber, S., Valor, J. e Porta, V., **Los Sistemas de información en la empresa actual : aspectos estratégicos y alternativas tácticas**, Aravaca (Madrid): McGrawHill,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

E-marketing en el sector turístico/O04G240V01904

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas I/O04G240V01102

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas II/O04G240V01203
