



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Grado de Negocio Digital e Innovación en Turismo

PROGRAMA

Curso [2024/25]

| | | | | | |
|---|--|-----------------|-----------------|-----------------|------------|
| Código - Asignatura | 193220 - Comercio electrónico de productos y servicios turísticos | | | | |
| Tipo | Obligatoria | | Curso | 3º | |
| Materia | Desarrollo de plataformas digitales turísticas | | Créditos | 4,5 ECTS | |
| Docente responsable de la asignatura | | | | | |
| Presencial | 45 horas | Dirigido | 30 horas | Autónomo | 37,5 horas |

BREVE DESCRIPCIÓN

Breve descripción de la asignatura. |

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB05- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS GENERALES

CG01- Ser capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones, personas y entornos globales

CG07- Adaptar modelos teóricos a las necesidades específicas de las diferentes áreas de aplicación en una organización

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE04- Desarrollar y aplicar herramientas de marketing digital en turismo

CE09- Diseñar y desarrollar planes de acción para la implantación de proyectos turísticos digitales

CE11- Utilizar las herramientas y tecnologías digitales para el desarrollo de plataformas o soluciones turísticas



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer las principales acciones digitales que pueden utilizar las marcas turísticas en el entorno digital: estrategia SEM, campaña de afiliación, email marketing e inbound marketing, entre otras.
2. Descubrir la importancia de los medios sociales para la fidelización del turista y la creación y lanzamiento de campañas publicitarias en estos medios (SMO), y como instrumento de atención al consumidor.
3. Conocer los sistemas de medición y los criterios para evaluar los resultados de una campaña.
4. Desarrollar una estrategia omnicanal en la empresa turística que incluya el lanzamiento de un proyecto de Ecommerce: creación de tienda, medios de pago, optimización de los procesos, logística, análisis de financiero e internacionalización.
5. Entender los principales modelos de comercio electrónico.
6. Saber diseñar nuevos modelos de gestión de conversión del cliente y fidelización del mismo.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Apartado 1
 - 1.1. Subapartado 1
 - 1.2. Subapartado 2

METODOLOGÍAS DOCENTES

Las metodologías de aprendizaje previstas contemplan una diversidad de procesos entre los que cabe destacar aquellos cognitivos vinculados a la comprensión de los principios del turismo y el sistema turístico global, la inclusión de competencias con un mayor componente de capacidades técnicas; así las actividades y dinámicas, tanto de tipo individual como grupal, asociadas para esta asignatura son las siguientes:

- Actividad 1
- Actividad 2

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.



Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

| Actividades | Tipo | Continuada | Única | Semana de entrega |
|---------------------|------------|-------------|-------------|-------------------|
| Actividad Muestra 1 | Grupal | 40% | - | 2ª semana |
| Actividad Muestra 2 | Individual | 20% | 40% | 4ª semana |
| Examen Final | Individual | 40% | 60% | Semana de examen |
| Total | | 100% | 100% | |

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido



Centre adscrit



una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN

[Recurso 1 (2023)

Recurso 2 (2023)]