

## 61938 - Técnicas avanzadas de gestión de la información

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2019/20

**Asignatura:** 61938 - Técnicas avanzadas de gestión de la información

**Centro académico:** 228 - Facultad de Empresa y Gestión Pública

**Titulación:** 471 - Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

**Créditos:** 9.0

**Curso:** 1

**Periodo de impartición:** Primer semestre

**Clase de asignatura:** Obligatoria

**Materia:** ---

## 1. Información Básica

### 1.1. Objetivos de la asignatura

**La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:**

Esta asignatura tiene un objetivo fundamental: que los estudiantes desarrollen una serie de capacidades en relación con la búsqueda y la recopilación de información, el uso de las herramientas informáticas necesarias y el manejo de las principales técnicas de investigación social de cara a la fundamentación de los procesos de adopción de decisiones que les serán imprescindibles cuando ejerzan su profesión. Pero, además estas mismas capacidades son muy útiles para la formación de los estudiantes como tales estudiantes en cuanto que les capacitarán para la búsqueda y la recopilación de información para su desenvolvimiento académico a la hora de realización de trabajos individuales o en grupo. La circunstancia de que se imparta en el primer cuatrimestre del máster tiene que ver con el hecho de que, como disciplina de carácter marcadamente instrumental y útil para todas las demás, debe ser impartida al principio del curso.

### 1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Esta asignatura es fundamentalmente de carácter instrumental dada la trascendencia del manejo de las fuentes de información, las nuevas tendencias digitales del sector turístico y de recogida de información para la elaboración de análisis previos a la toma de decisiones en el ámbito del turismo.

### 1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Dado el abundante contenido teórico y práctico que fundamenta científicamente esta asignatura, se recomienda el estudio personal y la implicación en las clases desde el comienzo del curso, como medio indispensable para alcanzar los resultados de aprendizaje previstos, y la adquisición progresiva de competencias.

Esta asignatura ha sido dada de alta en el Anillo Digital Docente de la Universidad de Zaragoza (acceso a las Plataformas del Anillo Digital Docente desde <https://moodle2.unizar.es/add/>, con el fin de proporcionar a los alumnos herramientas electrónicas para el aprendizaje, e información sobre las actividades teóricas y prácticas desarrolladas en el aula.

## 2. Competencias y resultados de aprendizaje

### 2.1. Competencias

**Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...**

#### **Competencias Turísticas Genéricas:**

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino
- Entender el destino turístico como sistema
- Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías

#### **Competencias Turísticas Específicas:**

- Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en

ellas

- Aplicar instrumentos de planificación
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas

## 2.2.Resultados de aprendizaje

**El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados:**

Es capaz de buscar información sobre personas e instituciones, información bibliográfica de carácter científico-técnico, información estadística e información jurídica en la forma y el contenido adecuado que sirven de base para poder desarrollar los procesos de adopción de decisiones propios de la empresa turística de entre las más significativas fuentes de generales de información de cada uno de aquellos tipos de información.

Es capaz de planificar la elaboración de recopilación de información para poder desarrollar los procesos de adopción de decisiones propios de la empresa turística con el rigor pertinente y con un sentido profesional de su trabajo.

Es capaz de presentar esa recopilación de información para poder desarrollar los procesos de adopción de decisiones propios de la empresa turística pública con la forma y los contenidos pertinentes.

Es capaz de conocer y poner en práctica las principales técnicas de investigación social cualitativas aplicadas al turismo.

Es capaz de entender la transmisión de información a través de redes sociales y extraer información relevante de las mismas para las organizaciones turísticas.

Es capaz de identificar buenas y malas prácticas a la hora de relacionarse con el consumidor a través de redes sociales.

## 2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

Las Fuentes de Información y de recogida de información así como el manejo de las redes sociales para la Toma de Decisiones están cobrando cada vez mayor importancia dentro del mundo de las organizaciones, tanto públicas como privadas. No hace falta profundizar en la necesidad de disponer de informaciones válidas y actualizadas para poder adoptar decisiones correctas de cara a actuaciones a planificar y desarrollar, toda vez, sobre todo, desde el punto de vista de que hoy en día la tecnología nos permite el acceso inmediato a cantidades ingentes de información científico-técnica, estadística, social y jurídica, así como sobre personas e instituciones, de enorme utilidad para aquella finalidad mencionada.

## 3.Evaluación

### 3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

**El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación**

Opción evaluación continua:

1. En relación con la parte relativa a Fuentes de Información se deberán realizar una serie de ejercicios prácticos que hará llegar el profesor y que se referirán a la búsqueda de información en diferentes bases de datos. 33% de la evaluación.
2. En relación con la parte relativa a las nuevas tendencias digitales y redes sociales en el sector turístico, los alumnos deberán resolver en clase y en grupo un a serie de casos prácticos planteados por el profesor, así como realizar un pequeño trabajo también en grupo sobre una de las nuevas tendencias digitales del sector turístico. Dicho trabajo será expuesto en la última sesión correspondiente a esta parte. 33% de la evaluación.
3. En relación con la parte de técnicas de investigación social se tendrá en cuenta la participación en las clases y con los profesionales que asistan a las mismas. Se realizarán algunos ejercicios prácticos relacionados con la técnica de grupos de discusión. El trabajo se irá elaborando en las clases presenciales y no presenciales por el alumno con el asesoramiento del profesorado a lo largo del periodo en el que se imparte la asignatura. 33% de la evaluación.

Opción evaluación global:

El estudiante que no opte por la evaluación continua, que no supere la asignatura mediante la evaluación continua o quiera mejorar su calificación tendrá derecho a presentarse a la prueba global que consiste en una prueba escrita que se celebrará en las fechas indicadas en el calendario aprobado por el centro. La prueba versará sobre los contenidos de la asignatura tanto teóricos como prácticos. 100% de la evaluación.

## 4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

### 4.1.Presentación metodológica general

## **El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:**

Como quiera que la asignatura tiene un sentido eminentemente práctico y las capacidades a desarrollar también, las actividades de aprendizaje se orientarán en esa misma dirección, siendo así mismo esencialmente prácticas. Las clases teóricas se verán facilitadas por la circunstancia de que el material se colgará en el ADD.

### **4.2.Actividades de aprendizaje**

**El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades:**

Por lo que respecta a la parte relativa a fuentes de información y asignada al Área de Biblioteconomía y Documentación:

1. Exposición de los contenidos teóricos con los temas íntegros disponibles en el ADD.
2. Visión y análisis de las características de las fuentes de información que vayan apareciendo en los contenidos teóricos de forma práctica en el aula de informática. Se añadirán explicaciones orales por parte del profesor de las características y los procesos de búsqueda en cada una de las fuentes de información que se vayan viendo.
3. Realización de trabajos de búsqueda de información en cada una de las fuentes de información que se vayan progresivamente conociendo a modo de ejemplificación.

Por lo que respecta a la parte relativa a las nuevas tendencias digitales y redes sociales en el sector turístico:

1. Clases magistrales participativas: proporcionarán los conocimientos teóricos necesarios, acompañándose de ejemplos prácticos que faciliten la comprensión y aplicación de los conceptos estudiados.
2. Resolución y presentación de problemas y casos prácticos, elaboración y presentación de trabajos, discusión de temas de actualidad, comentario de lecturas y actividades interactivas. Se contempla la realización de estas actividades tanto dentro como fuera del aula, así como de forma individual y/o en grupo.
3. Actividades tutelares: se podrán supervisar los trabajos realizados por los estudiantes y/o aclarar dudas sobre los contenidos teórico-prácticos de la asignatura.
4. Trabajo autónomo: incluye actividades de estudio de los contenidos teóricos y prácticos, resolución de trabajos en grupo, búsqueda y análisis de información, entre otros.
5. Actividades de evaluación ya descritas con anterioridad.

Por lo que respecta a la parte relativa a técnicas de investigación social y asignada al Área de Sociología:

1. Clases magistrales participativas: proporcionarán los conocimientos teóricos necesarios.
2. Charlas y exposiciones de profesionales e investigadores relacionados con el sector turístico y la investigación social.
3. Prácticas relacionadas con los contenidos expuestos en clase. Técnica de grupos de discusión.

### **4.3.Programa**

Por lo que respecta a la parte relativa a fuentes de información y asignada al Área de Biblioteconomía y Documentación:

1. Fuentes de Información y Toma de Decisiones.
2. Soportes documentales y nuevas tecnologías de la información.
3. Herramientas de búsqueda de información de Internet.
4. Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información personal e institucional.
5. Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información científico-técnica.
6. Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información estadística.
7. Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información jurídica

Por lo que respecta a la parte relativa a las nuevas tendencias digitales y redes sociales en el sector turístico:

1. Introducción a las redes sociales
  - 1.1. Redes sociales en el sector del turismo
  - 1.2. El viajero social
2. Boca-oído electrónico
  - 2.1. Importancia del e-WOM
  - 2.2. Influencia del e-WOM
3. Introducción al Marketing Viral
  - 3.1. Campañas de marketing viral
  - 3.2. Recomendaciones
  - 3.3. Aplicación al sector del turismo

Por lo que respecta a la parte relativa a técnicas de investigación social y asignada al Área de Sociología:

1. Introducción a la investigación social: fases y etapas de la investigación
2. La investigación social en el ámbito turístico: investigaciones y experiencias
2. Técnicas cualitativas de recogida de información
  - 2.1. Los grupos de discusión

#### **4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave**

##### **Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos**

La temporalización aproximada de la parte relativa a fuentes de información y asignada al Área de Biblioteconomía y Documentación seguirá el siguiente orden:

- ? Fuentes de información y toma de decisiones, soportes documentales y nuevas tecnologías de la información y herramientas de búsqueda de información de Internet.
- ? Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información personal e institucional.
- ? Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información científico-técnica.
- ? Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información estadística.
- ? Conocimiento y utilización de fuentes de información y bases de datos relativas a información jurídica.

La temporalización aproximada de la parte relativa a nuevas tendencias digitales y redes sociales en el sector turístico seguirá el siguiente orden:

- ? Introducción a las redes sociales, el viajero social y redes sociales en el sector del turismo.
- ? Boca-oído electrónico, importancia e influencia en el sector del turismo.
- ? Marketing viral, campañas, recomendaciones y aplicación en el sector del turismo.

La temporalización aproximada de la parte relativa a técnicas de investigación social y asignada al Área de sociología seguirá el siguiente orden:

- ? Introducción a la investigación social.
- ? Ejemplos de investigaciones sociales en el ámbito turístico.
- ? Técnicas cualitativas de recogida de información. Grupos de Discusión.

Las clases comenzarán y terminarán en las fechas que se indican en el calendario académico oficial. Las fechas concretas de las actividades clave de la asignatura se fijarán de acuerdo al calendario académico y al horario establecido por el centro, informándose de ello a los estudiantes de cada grupo con la suficiente antelación.

#### **4.5. Bibliografía y recursos recomendados**

- No hay registros bibliográficos para esta asignatura