



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Turismo y Urbanismo
Departamento: Turismo

(Programa del año 2021)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 21/05/2021 17:24:10)

Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SISTEMAS INFORMATICOS APLICADOS AL TURISMO	Lic. en Turismo	3/201 4	2021	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
KOSINSKI, JORGE RICARDO	Prof. Co-Responsable	JTP Simp	10 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
60 Hs	40 Hs	Hs	20 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
B - Teoría con prácticas de aula y laboratorio	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
06/04/2021	08/07/2021	15	60

IV - Fundamentación

Hoy en día las Tecnologías de Información han proporcionado beneficios derivados de su implementación y uso, lo que necesariamente se traduce en un beneficio a sus usuarios.

Es claro entonces que las TIC tienen un papel preponderante en el desarrollo del sector turístico. Al ser este sector generador de servicios, es de suma importancia optimizar sus procesos a fin de alcanzar una mejora significativa en la calidad del servicio que otorgan a sus clientes. Es por ello que todos los sistemas informáticos aplicados al turismo demandan una mayor especialización en sus operaciones. La actividad turística ha mantenido un desarrollo constante a partir de la segunda mitad del siglo XX, aunque este dinamismo no sólo corresponde a cambios en el sector turístico, sino a cambios en todos los sectores de la economía: se trata de un cambio de paradigma que se entiende como la implementación de una economía basada en el conocimiento, teniendo como pilares, los cambios en la demanda, la globalización y el proceso de digitalización, el cual afecta especialmente al sector turístico con el uso creciente de las TIC y la WEB 2.0.

Por otra parte es comúnmente aceptado el hecho de que el turismo es una industria compleja en información, que necesita de tecnologías específicas que permitan su recolección, almacenamiento e interpretación, y que el uso de dichas tecnologías llegan a generar efectos tales como el mejoramiento de la calidad, creación del valor para el cliente y sobre todo un incremento en la productividad en todas las fases de la venta de los servicios. A un punto tal que están proliferando los Destinos Turísticos Inteligentes junto con las Smart Cities.

Para finalizar la experiencia turística está cambiando constantemente, impulsado por el avance de la tecnología, de generación en generación de consumidores. Por lo tanto los profesionales de turismo tienen que estar actualizados con estos cambios para mantener la competitividad de sus lugares de trabajo.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Adquirir conceptos claves necesarios para comprender los sistemas informáticos implicados en todas las fases de los servicios turísticos.

- Analizar las principales características de los viajeros en la era de la información como así también el uso de las redes, aplicaciones sociales y móviles.
- Comprender las innovaciones tecnológicas en las empresas turísticas analizando los programas de gestión y administración de agencias de viajes.
- Caracterizar el nuevo escenario de la intermediación de servicios de una agencia de viaje, los sistemas de armado y venta de paquetes turísticos y los nuevos modelos de negocios que se originaron y consolidaron con la WEB 2.0.
- Conocer los SIGH (Sistemas Informáticos de Gestión Hotelera).
- Conocer cómo piensan la distribución y venta del inventario de habitaciones, un hotel/cadena de hoteles/branding hoteleros.
- Adquirir conceptos claves necesarios para comprender el comercio electrónico y el marketing digital.
- Evaluar y comparar principales tendencias tecnológicas en el sector.
- El Lic. en Turismo sabrá como solicitar un requerimiento al depto de sistemas, evaluar la modificación o pieza de software que le entregan, y ser capaz de integrar un equipo multidisciplinario para la elección y compra de una plataforma informática o software.

VI - Contenidos

1.- El impacto de las TIC en la experiencia turística, conceptos básicos de sistema y uso responsable de la web y de las TIC`s

- 1.1. Turistas y viajeros en la era de la información. La experiencia turística como punto de partida. Los cambios de hábitos en la demanda.
- 1.2. Que son las TIC`s y su impacto en el turismo.
- 1.3. Diferencias entre Hardware/Software y sus conceptos.
- 1.4. ¿Que es un virus informático? Y cómo puede afectar la industria turística.
- 1.5. Los Antivirus y cómo funcionan.
- 1.6. Responsabilidad sobre el uso en las Redes Sociales de una agencia de viajes.
- 1.8. Que es un sistema operativo y como trabaja.
- 1.9. Conceptos básicos de redes de computadoras.
- 1.10. Conceptos básicos de base de datos.
- 1.11. Diferencias entre los conceptos Internet y Web
- 1.12. Web 2.0 medio de comunicación para una agencia de viajes.
- 1.13. El futuro de la web, la Web 3.0.
- 1.14. Conceptos de arquitectura de software.
- 1.15. Bases de Datos, una pieza clave en la industria turística.
- 1.16. Tipos de arquitecturas de software.
- 1.17. Integración de aplicaciones turísticas.
- 1.18. Modelos de comercialización de servicios turísticos: la cadena de valor en el comercio electrónico. Etapas y procesos del e-commerce. Modalidades de reservas on line y medios de pago

2.- Sistemas informáticos aplicados al turismo

- 2.1. Que es un sistema de back office de agencia de viajes.
- 2.2. Módulos de un back office.
- 2.3. Que es un sistema PMS (Property Management System) para manejo de hoteles.
- 2.4. Módulos de un PMS.
- 2.5. Cloud-based vs Desktop-based de ambos softwares.
- 2.6. Otros software de soporte para la venta de servicios turísticos.
- 2.7. Interacción de un back office con otros softwares.
- 2.8. (Taller 1) Alta y puesta a punto del sistema de back office.
- 2.9. Realizar un circuito completo sobre el software (desde la carga de una venta de aéreo, hasta la facturación).
- 2.10. (Taller 2) Instalación de un PMS.
- 2.11. Realizar un circuito completo sobre el software (desde la reserva, hasta check out, facturación).

3.- Intermediación turística vista desde el lado de los softwares

- 3.1. Como reserva un cliente con internet.
- 3.2. Introducción a la distribución de servicios turísticos. Canales de distribución turística en internet
- 3.3. Conceptos sobre Booking Engine BE. (funcionamiento de los softwares)
- 3.4. Conceptos sobre Central Reservation System CRS. (funcionamiento de los softwares)
- 3.5. Conceptos sobre Global Distribution System GDS. (funcionamiento de los softwares)
- 3.6. Conceptos sobre Online Travel Agency OTA. (funcionamiento de los softwares)
- 3.7. Conceptos sobre MetaBuscadores. (funcionamiento de los softwares)
- 3.8. Conceptos sobre Channel Manager. (funcionamiento de los softwares)
- 3.9. Nuevos horizontes tecnológicos de la distribución hotelera. (funcionamiento de los softwares)
- 3.10. Debate sobre la venta directa o la venta intermediada.
- 3.11. IATA y la nueva aparición del proyecto de distribución NDC (New Distribution Capability) y su competencia con los GDS`s.
- 3.12. GDS y su impacto en la distribución de servicios turísticos.
- 3.13. GDS Sabre. (funcionamiento de los softwares)
- 3.14. GDS Amadeus. (funcionamiento de los softwares)

4.- El Impacto de la WEB 2.0 en los Servicios Turísticos

- 4.1. Las estrategias en el marketing digital (e-marketing) en turismo. Elementos claves del marketing digital. Estrategias de publicidad en Internet.
- 4.2. La importancia de los Buscadores en la industria turística.
- 4.3. La centralidad de las Palabras Clave, que es el SEO y SEM y porque lo necesitamos.
- 4.4. (Taller 3) Creación de un blog de una agencia de viajes y posicionamiento del mismo.

5.- Nuevas Tecnologías aplicadas al Turismo

- 5.1. Definición de Big Data, y su uso en el Turismo
- 5.2. Definición de Inteligencia artificial y Machine Learning, y su uso en el Turismo
- 5.3. Definición de Realidad Aumentada para el Turismo
- 5.4. Definición de Realidad Virtual para el Turismo
- 5.5. Definición de Video 360° para el Turismo
- 5.6. Definición de Video 3D para el Turismo
- 5.7. (Taller 4) Taller de RA/RV, Video 360°/3D

6.- Sistemas de Gestión de Destinos Turísticos (SGD)

- 6.1. Definición Inteligencia territorial aplicada a los softwares
- 6.2. Definición de una Smart City aplicada a los softwares
- 6.3. Definición Destino turístico inteligente aplicada a los softwares
- 6.4. Definición de un Sistema de Gestión de Destinos Turísticos
- 6.5. Cierre de la materia

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La metodología del curso será teórica-práctica. En cada una de las unidades se abordará en primer lugar los aspectos conceptuales del tema para luego realizar cuatro talleres con software seleccionados.

Para organizar adecuadamente la materia, se entregará la primera semana del curso el cronograma de clases a los alumnos en donde se detallarán los temas teóricos que se abordarán y su bibliografía, esto será la base para la resolución de los cuatro talleres.

Para el seguimiento del curso los alumnos disponen de una página web con dirección: www.ftusiati.blogspot.com donde tendrán las comunicaciones, los materiales para los talleres, la documentación de la materia, los videos vistos en clase y videos complementarios, los criterios de evaluación, enlaces útiles para la materia y Herramientas (softwares) útiles para la materia.

VIII - Regimen de Aprobación

Para aprobar la materia los alumnos deberán:

- Asistir como mínimo al 80 % de las clases.
 - Aprobar dos parciales teóricos Individuales, en cada instancia se dispondrán de 1 recuperatorio. Los parciales no se promedian.
 - Aprobar los tres talleres que se realizaran en forma individual (Back Office de Agencia, PMS y Marketing Digital)
 - Los alumnos que obtengan una nota igual o superior a 7 (siete) puntos en cada parcial/recuperatorio, los 3 Talleres aprobados podrán ir a un coloquio integrador oral en la semana negra y no deberán rendir la Evaluación final en las fechas establecidas por la FTU. En este caso la nota final de la materia será la nota obtenida en el Coloquio Integrador Oral.
- Estas pautas hacen que se denomine: Alumno en Condición Regular.

Se denomina Alumnos que no cuentan con la Condición Regular:

- Aquellos que no tengan la asistencia del 80%.
- Aquellos que obtengan una nota entre 4 (cuatro) y 7 (siete) en los parciales y/o en sus recuperatorios o no aprueben uno de los Talleres, deberán rendir una Evaluación Final en las fechas establecidas por la FTU.
- Aquellos que les vayan mal en el coloquio integrador, estos deberán rendir una Evaluación Final en las fechas establecidas por la FTU.

Deberán cursar nuevamente la materia en la próxima edición:

- Aquellos que no tengan la asistencia mínima del 50%.
- Aquellos que obtengan menos de 4 (cuatro) en los parciales y/o en sus recuperatorios o no aprueben uno de los Talleres.

Consideraciones de la materia:

- La materia no se puede rendir libre, se debe cursar en forma presencial.
- Los Talleres son guiados por el profesor y no cuentan con recuperatorios (se evalúan en el momento).
- Se va a permitir obtener la equivalencia directa con Sistemas Informáticos Aplicados a Hotelería (SIAH) rindiendo las clases faltantes en un coloquio integrados en la semana negra y haciendo los Talleres que no tiene la otra materia.

IX - Bibliografía Básica

- [1] [1] Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería.; Pablo Kohen - Jorge Pepè. 1ª ed. – Bernal: Universidad virtual de Quilmes, 2015
- [2] [2] NH Hoteles (2013): “El viajero social en 2013. Un Análisis Global. Territorio Creativo
- [3] [3] Sistemas Informáticos aplicados al Turismo.; Guevara, et. al.; Ed. Piramide; 2009
- [4] [4] Cómo funciona Internet; Preston Gralla; Anaya Multimedia; 2007
- [5] [5] Introducción a la Informática; García, Silvia; Guías Visuales. Anaya Multimedia.; 2005
- [6] [6] Introducción a las redes 2003; McMahan, Richard; Anaya Multimedia; 2003
- [7] [7] Sistemas Operativos; Joyanes, Luis; Prentice Hall; 2001
- [8] [8] Fundamentos de bases de datos.; A. SILBERSCHATZ y otros; McGraw-Hill; 2006
- [9] [9] Elementos básicos de comercio electrónico; Kaba, Ibrahim; Universitaria; 2008

X - Bibliografía Complementaria

- [1] [1] Gestión informática hotelera; Torres Sánchez, M.; Ideaspropias; 2004
- [2] [2] Hotel management and operations, 4th Edition; Rutherford, D. y O'Fallon, M.; John Wiley and Sons; 2007
- [3] [3] Informática Hotelera; Pereyra, S.; Dunken; 2006
- [4] [4] Operaciones y procesos de producción en el sector turístico; Bayón, Fernando y Martín, Inmaculada;
- [5] [5] Sistemas de información gerencial. 10ª edición; Laudon, K. & Laudon, J.; Pearson; 2007
- [6] [6] Marketing online: Estrategias para ganar clientes en internet; Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela; Anaya Multimedia; 2010
- [7] [7] Posicionamiento en buscadores: Edicion 2012.; Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela; Anaya Multimedia; 2012
- [8] [8] Analítica web: Medir para triunfar; Sergio Maldonado; ESIC EDITORIAL; 2010
- [9] [9] Community manager: Conviertete en experto en social media; Oscar Rodríguez Fernández; Anaya Multimedia; 2011
- [10] [10] Redes sociales en la empresa: La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional; Alvaro Gomez Vieites; RA- MA; 2011

- [11] [11] Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes: Estrategias y soluciones para fomentar la innovación en el turismo digital. Javier Blanco; Colección Acción Empresarial de LID Editorial Empresarial, S.L. Primera edición: junio de 2015
- [12] [12] Information and communication technologies in support of the tourism industry.; Wayne R. Pease, Michelle Rowe, Malcolm Cooper; Idea group publishing; 2007
- [13] [13] Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico.; Garrigos Simon, Fernando Jose; Universidad Jaume I. Servicio de comunicación y publicaciones; 2006
- [14] [14] Las empresas turísticas en la sociedad de la información.; Rufin Moreno, Ramón; Ramón Areces.; 2002 Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo.; Pablo Redondo, Rosana; Ramón Areces; 2004
- [15] [15] Transport and tourism; Stephen j. Page; Pearson; 2005

XI - Resumen de Objetivos

En esta materia se presentan los conceptos de informática aplicada al turismo, con un objetivo claramente docente. Se centra principalmente en los conocimientos que los estudiantes del grado de Licenciatura en Turismo deben conseguir, pero también da respuesta a las necesidades de formación de los profesionales. Se analiza desde los conceptos básicos de hardware/software, Internet/web, sistemas operativos, redes, bases de datos, arquitectura de softwares, softwares turísticos y hoteleros, formas de contratación de los software, el nuevo turista digital, negocio electrónico y su implicación en el sector. Hasta la distribución/intermediación, las estrategias de marketing digital de una agencia de viajes y de un hotel, Destinos Inteligentes y Nuevos Avances Tecnológicos en la Industria turístico/hotelera.

Todos estos conceptos tiene como objetivo lograr que los futuros profesionales puedan: solicitar al departamento de sistemas o a una empresa tercerizada de software, un desarrollo a medida, una modificación al software existente o integrar un equipo multidisciplinario para la elección y compra de una solución tecnológica para turismo/hotelera.

Logrando Maximizar su presupuesto destinado al software o a la estrategia de distribución/intermediación correcta (en la web) conforme la magnitud del negocio que lleva.

XII - Resumen del Programa

- Clase 01: Presentación de la materia, Fundamentos de Sistemas y Uso Responsable de las TIC's en Turismo Parte 1
- Clase 02: Uso Responsable de las TIC's en Turismo Parte 2
- Clase 03: Conceptos Básicos de S.O., Redes, Base de Datos y la Web 2.0 Parte 1
- Clase 04: Conceptos Básicos de S.O., Redes, Base de Datos y la Web 2.0 Parte 2
- Clase 05: Tipos de Software en la industria turística y conceptos de arquitectura de software, Property Management System (PMS) Parte 1.
- Clase 06: Property Management System (PMS) Parte 2.
- Clase 07: Sistemas de Agencia de Viajes (Back Office).
- Clase 08: Taller de PMS Parte 1.
- Clase 09: Taller de PMS Parte 2.
- Clase 10: Taller de Back Office y Revisión para el Parcial
- Clase 11: PARCIAL 1
- Clase 12: Intermediación de Agencia de Viaje Parte 1.
- Clase 13: Intermediación de Agencia de Viaje Parte 2.
- Clase 14: Intermediación de Agencia de Viaje Parte 3.
- Clase 15: Intermediación de Agencia de Viaje Parte 4.
- Clase 16: Intermediación de Agencia de Viaje Parte 5.
- Clase 17: TIC`s en el Marketing Digital Turístico Parte 1 y Recuperatorio Parcial 1.
- Clase 18: TIC`s en el Marketing Digital Turístico Parte 2.
- Clase 19: TIC`s en el Marketing Digital Turístico Parte 3.
- Clase 20: TIC`s en el Marketing Digital Turístico Parte 4.
- Clase 21: Taller Marketing Digital para Agencias de Viajes Parte 1.
- Clase 22: Taller Marketing Digital para Agencias de Viajes Parte 2 y Revisión para el Parcial.
- Clase 23: Parcial 2
- Clase 24: Nuevos Avances Tecnológicos en la Industria Turística parte 1
- Clase 25: Nuevos Avances Tecnológicos en la Industria Turística parte 2, Taller RA, Vídeo 360, Vídeo 3d y RV. y

XIII - Imprevistos

Ante la existencia de una Pandemia declarada por la OMS al inicio del primer cuatrimestre, y considerando que se ha establecido una cuarentena que cumpla con el distanciamiento social, obligatorio y preventivo (DNU 297/2020) se ha optado por la modalidad de cursado no presencial de esta asignatura.

La modalidad ha sido establecida con las siguientes características: La plataforma virtual que se usa para coordinar la cursada es Google classroom, mail Gmail, Google Drive, Google Meet y YouTube.

La metodología de cada clase es la siguiente: previamente a cada clase se les manda a los alumnos la misma en formato PDF y el día que se da esa clase se publica la clase grabada (almacenada en google drive) con el mismo formato que tendría en forma presencial (se les otorga los permiso que les llega por Gmail).

Aparte tenemos de soporte la página para la materia nuestra página www.ftusiat.blogspot.com y nuestro mail de la materia unslftusia@gmail.com.

La materia tiene 2 parciales. El día del examen se les manda por mail el parcial en formato pdf; tiene dos horas para resolverlo y para devolver la foto del escrito (una foto por cada carilla).

Como las evaluaciones son situaciones a resolver (ellos posicionados como gerentes grales Hotel o Agencia) y con un presupuesto, cuenta con una serie de incógnitas conceptuales y resolución de situaciones reales. Está preparado para que pueden tener todos los recursos de la materia a mano (no tienen tiempo para intercambiar opiniones entre ellos).

Y por el otro lado tienen 3 trabajos prácticos que se hacen en la web, analizando su desarrollo y resolución en tiempo real (PMS Hotel, Back Office de Agencia y la creación de un blog comercial para Agencia u Hotel).

La cursada se termina en el mismo cronograma que si hubiera sido presencial, 08/07/2021.

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	