

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo
Clave de la asignatura:	GPF2104
SATCA¹:	2-3-5
Carrera:	Licenciatura en Turismo

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

La asignatura de Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo aporta al perfil profesional del licenciado en Turismo en el conocimiento y la aplicación de las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico.

El desarrollo tecnológico de las nuevas tecnologías con el turismo recientemente se ha potencializado, ya que la gestión y negocio en el sector turístico se ha vinculado rápidamente con el turismo como el uso del geomarketing, Smart cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line. Estos conocimientos en una época Pos –COVID, ayudarán a potencializar el ámbito laboral de los alumnos.

La importancia y la necesidad de la utilización de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo en la actividad turística es una materia relativamente nueva en la literatura. Hasta ahora ha estado dominada por las cuestiones de tipo informático, y en pocos casos se explica el empleo de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo para la dirección estratégica y táctica. La dimensión estratégica empieza a tratarse en la literatura, con unos primeros estudios sobre aplicaciones de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo a la estrategia empresarial y a la reingeniería del negocio turístico.

El hecho de que predominen las pequeñas y medianas empresas en el sector implica que la utilización de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo no se ha extendido todavía suficientemente. Sin embargo, ellas pueden mejorar los procesos de gestión, control y la toma de decisiones de estas empresas turísticas para que actúen de manera eficiente.

La asignatura de Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo se relaciona con las asignaturas de: Herramientas Informáticas Administrativas, Gestión del desarrollo turístico, turismo de aventura, turismo rural y Ecoturismo, Mercadotecnia de Servicios Turísticos y Calidad del Servicio al Cliente.

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

Intención didáctica

El propósito didáctico de la asignatura es proporcionar al estudiante la integración de las competencias adquiridas en las asignaturas de semestres anteriores con el conocimiento y la aplicación de las Nuevas Tecnologías Aplicadas al Turismo.

Este curso consta de cuatro temáticas, mismas que le permiten al profesional, brindarle satisfactores al turista.

El primer tema trata sobre la identificación de las Mega tendencias en el turismo en especial énfasis en las tendencias tecnológicas aplicadas al turismo y las vincula con el desarrollo de actividades turísticas. El uso de Big Data en el turismo, para la investigación y toma de decisiones y la Realidad virtual y realidad aumentada aplicada al turismo estos temas son fundamentales en la época actual pos-Covid.

En el segundo tema; muestra las Desarrollo de páginas web y redes sociales para turismo, considerando el nuevo enfoque del marketing digital, del uso de las redes sociales y posicionamiento en el mercado de a las actividades turísticas y conocer los entornos de desarrolladores de páginas web como son Wix y Wordpress.

El tercer tema, trata la implementación de aplicaciones móviles para turismo actualmente es fundamental en la promoción y desarrollo de actividades turísticas, además considerando las medidas de sana distancia entre la pandemia. La consulta y la generación de oferta de alojamiento, a través de los dispositivos móviles es cada vez más demandante, de uso de código QR, por ejemplo para el menú de un restaurante. El uso de las aplicaciones para actividades de monitoreo y evaluación de producto turístico.

Finalmente el tema cuatro la inteligencia artificial aplicada al turismo, es un tema emergente en el turismo, entender los características del Machine Learning y su vinculación con el turismo, el internet de las cosas, las estrategias de geomarketing y Sistemas de Información Geográficos aplicado al turismo y ejemplos exitosos de un ecosistema empresarial de turismo inteligente.

Se sugiere que el docente que imparta la asignatura cuente con perfiles afines para el uso de la tecnología en empresas turísticas o con experiencia en el desarrollo de proyectos de investigación y/o aplicación de nuevas tecnologías en el turismo. Es vital que la actitud del profesor sea de facilitador, propiciando continuamente en el estudiante la actitud de asumir sus responsabilidades y tomar decisiones consensuadas sobre su proyecto, generando siempre un comportamiento ético y formal de los procedimientos administrativos.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Evento
Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo, Tecnológico Nacional de México, Agosto de 2021.	Academia del Programa Educativo de la Licenciatura en Turismo.	Reunión de Diseño Curricular de la Especialidad de Gestión e innovación de productos turísticos sustentables.

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Aplicar las nuevas tendencias digitales en los modelos de gestión y negocio en el sector turístico y, en concreto, del geomarketing, Smart Cities, internet de la cosas y distribución y personalización de productos turísticos on line

5. Competencias previas

<p>Habilidades en el uso de las TIC.</p> <p>Interpretar y aplicar conceptos y fundamentos de mercadotecnia</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de investigación.</p> <p>Habilidad para el pensamiento crítico.</p> <p>Capacidad de análisis y evaluación.</p> <p>Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>Capacidad de redacción.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Compromiso ético.</p>
--

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Megatendencias tecnológicas aplicadas al turismo.	1.1. Megatendencias tecnológicas aplicadas al turismo y las vincula con el desarrollo de actividades turísticas. 1.2. Big Data en el turismo 1.3. Realidad virtual y realidad aumentada aplicada al turismo
2	Desarrollo de páginas web y redes sociales para turismo	2.1 Marketing digital 2.2 Redes sociales y posicionamiento en el mercado 2.3 Wix, Wordpress
3	Implementación de aplicaciones móviles para turismo	3.1. Oferta de alojamiento 3.2-Código QR 3.3 Aplicaciones para actividades de monitoreo de producto turístico. 3.2. Aplicaciones para actividades de evaluación de productos turísticos
4	La inteligencia artificial aplicada al turismo	1.4. Machine Learning y turismo 1.5. Internet de las cosas 1.6. Geomarketing y Sistemas de Información Geográfico aplicado 1.7. Ecosistema empresarial de turismo inteligente

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Megatendencias tecnológicas aplicadas al turismo.	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s): Identificar las megatendencias tecnológicas aplicadas al turismo y las vincula con el desarrollo de actividades turísticas.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. ● Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizan investigación con respecto a las megatendencias tecnológicas aplicadas al turismo y las vincula con el desarrollo de actividades turísticas. Y lo exponen frente a grupo. ● Analizan datos extraídos de Big Data aplicados en el turismo e interpreta los resultados. ● Presentan ejemplos de realidad virtual y realidad aumentada aplicada al turismo ante sus compañeros y docente.

2. Desarrollo de páginas web y redes sociales para turismo	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifica los fundamentos del Marketing digital para su implementación en el desarrollo de páginas web y redes sociales para turismo <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizan investigación documental sobre los fundamentos del Marketing digital, representada en un mapa mental ● Elaboran un ejemplo del diseño de redes sociales para turismo. ● Desarrollan una primera aproximación de página web aplicada al turismo

3. Implementación de aplicaciones móviles para turismo	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifica las aplicaciones móviles utilizadas en turismo para su implementación <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. ● Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizan una investigación a través de las aplicaciones móviles para identificar la oferta de alojamiento en una región determinada. ● Realizan Código QR para ofrecer un servicio o actividad turística ● Utilizan una aplicación para realizar actividades de monitoreo y/o evaluación de producto turístico. ●

4.-La inteligencia artificial aplicada al turismo	
Competencias	Actividades de Aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifica las aplicaciones móviles utilizadas en turismo para su implementación <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis y síntesis. ● Capacidad para planificar y organizar el tiempo. ● Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación oral y escrita. ● Habilidad para buscar, procesar y analizar información de diversas fuentes. ● Capacidad para la toma de decisiones. ● Capacidad para trabajar en equipo interdisciplinario. ● Compromiso ético. ● Compromiso con la preservación del medio ambiente. ● Capacidad para identificar, plantear, y resolver problemas. ● Liderazgo. ● Creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizan una investigación documental Machine Learning aplicado en el turismo ● Realizan infografía en donde se representa el Internet de las cosas y su aplicación al turismo. ● Presentan al grupo ejemplos de ecosistema empresarial de turismo inteligente

8. Práctica(s)

Práctica 1

Los estudiantes realizan una investigación a través de las aplicaciones móviles para identificar la oferta de alojamiento en una región determinada.

Práctica 2

- Realizan Código QR para ofrecer un servicio o actividad turística

Práctica 3

- En equipos de trabajo desarrollan una primera aproximación de página web aplicada al turismo

Práctica 4

- En equipos de trabajo utilizan una aplicación para realizar actividades de monitoreo y/o evaluación de producto turístico.

Comentado [1]: Agregar Introducción en la que se especifique que son las prácticas sugeridas para los temas y las recomendaciones para su desarrollo.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que plantee el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

Investigación a través de las aplicaciones móviles para identificar la oferta de alojamiento en una región determinada.

Realizan Código QR para ofrecer un servicio o actividad turística

En equipos de trabajo desarrollan una primera aproximación de página web aplicada al turismo

En equipos de trabajo utilizan una aplicación para realizar actividades de monitoreo y/o evaluación de producto turístico.

10. Evaluación por competencias

La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en la integración de los aprendizajes que permiten competencias:

Herramientas:

- Casos prácticos.
- Mapa conceptual o mental.
- Reporte de Investigación.
- Reportes o informe de prácticas.
- Proyecto de la asignatura.
- Video.
- Diagrama de flujo.
- Infografía.
- Exposición

Instrumentos:

- Rúbricas.
- Lista de cotejo
- Guía de observación.

11. Fuentes de información

- 1 Almeida, M. D. M. A. (2019). Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo. *Cuadernos de turismo*, (44), 13-26.
- 2 Álvarez-Sousa, A., Rego Veiga, G., Leira López, J., Gomis-Rodríguez, A., Caramés, R. E., & Andrade, M. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio.
- 3 Avilés, O. K. S. (2021). El impacto del comercio electrónico en el turismo de Latinoamérica. *CIID Journal*, 2(1), 522-540.
- 4 Bercial, R. Á., & Timón, D. A. B. (2005). Nuevas Tendencias En El Desarrollo De Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales Y Operativos Para su Planificación Y Gestión. *Cuadernos de turismo*, (15), 27-44.
- 5 Doorly, V. B. (2020). Megatrends Defining the Future of Tourism: A Journey Within the Journey in 12 Universal Truths (Vol. 6). Springer Nature.
- 6 García Henche, B., & Sánchez Moreno, I. (2016). Marketing de experiencias, creación de un producto turístico: ruta milenaria de atún. El turismo y la experiencia del cliente: IX jornadas de investigación en turismo (2016), p 235-260.
- 7 JASROTIA, A., & GANGOTIA, A. (2018). Smart cities to smart tourism destinations: A review paper. *Journal of Tourism intelligence and Smartheness*, 1(1), 47-56.
- 8 Moreno, M. C. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión gerencial*, (1), 135-158.
- 9 Pavón, C. R., & Casimiro-Soriguer, M. J. S. (2014). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. HOT10108. IC editorial.
- 10 Tripathy, A. K., Tripathy, P. K., Ray, N. K., & Mohanty, S. P. (2018). iTour: The future of smart tourism: An IoT framework for the independent mobility of tourists in smart cities. *IEEE consumer electronics magazine*, 7(3), 32-37.
- 11 Tsaih, R. H., & Hsu, C. C. (2018). Artificial intelligence in smart tourism: A conceptual framework. *Artificial Intelligence*
- 12 Zsarnoczky, M. (2017). How does artificial intelligence affect the tourism industry?. *VADYBA*, 31(2), 85-90.



