

Durant el curs acadèmic 2015-2016, s'ha impartit l'assignatura obligatòria *Comercialització i comunicació turística* dins del 3r curs del grau de Turisme (mencions Gestió Turística i Gestió Hotelera) del CETT-UB.

Durant el primer semestre del curs, s'ha ofert per primera vegada l'assignatura en la seva versió en anglès, *Tourist Communication and Marketing*, impartida per la doctora Raquel Herrera, dins del procés gradual d'oferir el grau de Turisme del CETT tant en la versió català i castellà, com en la versió íntegra en anglès. Aquesta darrer procés s completa durant el curs 2016-2017.

Durant aquest primer semestre del curs 2015-2016, l'assignatura (grup 3AM) ha comptat amb 39 estudiants matriculats, dels quals:

- Un total de 16 estudiants ha superat l'assignatura amb la qualificació d'aprovat.
- Un total de 9 estudiants ha superat l'assignatura amb la qualificació de notable.
- Un total de 3 estudiants ha superat l'assignatura amb la qualificació d'excel·lent (en un dels casos, amb matrícula d'honor).
- Un total de 5 estudiants no ha superat l'avaluació final de l'assignatura.
- Un total de 5 estudiants no ha seguit l'assignatura fins al final, i per tant ha obtingut la qualificació de "no presentat".

Durant el segon semestre del curs 2015-2016, *Comercialització i comunicació turística* s'ha impartit en tres aules:

- El grup 3BM amb 53 alumnes matriculats, en la versió català i castellà de l'assignatura, amb la Neus Carruesco com a professora.
- El grup 3CM amb 54 alumnes matriculats, en la versió català i castellà de l'assignatura, amb l'Enric López com a professor.
- El grup 3RT amb 48 alumnes matriculats, en la versió anglesa de l'assignatura, amb la Raquel Herrera com a professora.

Un cop finalitzat el segon semestre acadèmic, les estadístiques indiquen que la suma dels tres grups ascendeix a 158 alumnes matriculats, dels quals 5,7% va obtenir la qualificació d'excel·lent, 35,4% va obtenir la qualificació de notable, 41,8% va obtenir la qualificació d'aprovat, va suspendre un 6,3% i no es va presentar un 10,8%.

Considerats aquests resultats a nivell quantitatiu, es valora:

- L'elevat percentatge d'estudiants que ha seguit i aprovat l'assignatura a tots els grups.
- Els percentatges menors d'estudiants que no han seguit o superat l'assignatura, tant en la versió d'avaluació continua com en la única.

Entrant en consideracions de caire qualitatiu, i tenint en compte tant el feedback atorgat pels diferents grups d'estudiants al llarg del curs acadèmic (que concedeixen una valoració positiva tant al grau en general, com al tercer curs acadèmic en particular), així com les reunions realitzades entre els tres professors que imparteixen l'assignatura, s'han dut a termes diverses valoracions.

En relació al pla d'estudis del grau de Turisme, es considera que en termes generals l'assignatura es segueix adequadament com a continuïtat de l'assignatura de segon curs *Màrketng Estratègic i Operatiu* i en relació amb la resta d'assignatures del bloc temàtic de Màrketng que s'imparteixen

al grau de Turisme (la obligatòria *Investigació de mercats* i les optatives *Disseny i gestió web en empreses hoteleres*, *E-màrqueting en el sector hotelier*, *Gestió de clients i relacions públiques* i *Protocol i esdeveniments*)

En relació al pla docent de l'assignatura, es considera que el seguiment i aprovació general de *Comercialització i comunicació turística* indica una correcta assimilació dels següents elements clau del curs:

- Competències:
 - o Dominar les tècniques de la comunicació oral i escrita per a la transmissió d' informació, idees, opinions. Iniciativa i esperit emprenedor.
 - o Conèixer i utilitzar les tecnologies de la informació i comunicació, així com els sistemes de gestió associats.
 - o Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics).

- Objectius d'aprenentatge:
 - o Comprendre els conceptes clau per a la creació de productes i serveis turístics innovadors i la seva comercialització i comunicació, atenent al caràcter dinàmic i evolutiu del turisme.
 - o Elaborar un projecte de comercialització i comunicació de productes i serveis turístics en totes les seves fases i amb el suport de les tecnologies de la informació i comunicació.
 - o Realitzar treballs d'aprofundiment i síntesi d'empreses i entitats turístiques en el seu àmbit de comercialització i comunicació, a partir de fonts bibliogràfiques (paper i online), incloent referències en anglès i altres llengües estrangeres (francès i / o alemany).
 - o Analitzar les estratègies competitives en les organitzacions i empreses turístiques, especialment en la seva eina de comunicació i comercialització.
 - o Conèixer les principals tècniques de comunicació aplicables a les organitzacions turístiques).

- Metodologies d'aprenentatge:
 - o Classes magistrals,
 - o Classes expositives,
 - o Debat dirigit,
 - o Exercicis pràctics,
 - o Aprenentatge basat en problemes.

En relació al programa de l'assignatura, es considera que el seguiment i aprovació general de *Comercialització i comunicació turística* indica una correcta assimilació dels següents elements clau del curs:

- Temes:
 - o El Màrketng com a eina en la presa de decisions per a la gestió en les empreses i entitats turístiques.
 - o La comunicació turística: concepte. Tècniques i estratègies.
 - o La comercialització turística: concepte canals i estratègies

- Activitats:
 - o Elaboració d'un briefing.
 - o Anàlisi de campanyes de comunicació
 - o Creació de campanyes de comunicació,
 - o Estudi i presentació dels canals de distribució hotelera,
 - o Creació i presentació de pla d'acció d'un producte turístic,
 - o Assistència a conferències especialitzades sobre el sector turístic i hotelier.

Així mateix, es considera que el sistema d'avaluació (continuada i única) dissenyat per a *Comercialització i comunicació turística* satisfà les expectatives de correcte seguiment de l'assignatura.

Per altra banda, pel que fa a la incorporació de l'aula en anglès *Tourist Communication and Marketing*, després d'impartir aquesta versió de l'assignatura dues vegades durant el passat curs acadèmic es pot considerar un afegit positiu a la oferta docent del CETT en general, i a la docència de *Comercialització i comunicació turística* en particular, en la mesura en que dóna continuïtat i adapta a l'anglès les activitats d'avaluació continuada i única, obligatòries i optatives, proposades per a les aules en castellà i català.

De la mateixa forma, l'elevat percentatge d'estudiants estrangers, especialment durant el segon semestre de *Tourist Communication and Marketing* (40% dels estudiants) es pot considerar un valor afegit per a la internacionalització del CETT-UB en general, i l'assignatura *Comercialització i comunicació turística* en particular.

Així mateix, l'equip docent de *Comercialització i comunicació turística* considera necessari reflexionar sobre dues qüestions rellevants respecte el seguiment de l'assignatura:

- Encara és escassa la participació dels estudiants a les activitats optatives ofertes per l'assignatura, tot i tenir incidència sobre la nota final dins de l'apartat "Assistència i participació a classe" (10% de la nota).
- En aquest sentit, seria recomanable que augmentés l'assistència a classe per part dels estudiants, deguda, en el cas dels estudiants de tercer que cursen l'assignatura, a la compaginació del seguiment presencial del curs amb ocupacions laborals o pràctiques professionals.
- No obstant, cal plantejar-se si, donat l'elevat percentatge d'estudiants amb nota de "aprobat" de l'assignatura, caldria perfilar més algunes d'aquestes qualificacions per a orientar-les cap a l' excel·lent o el suspens, segons fos necessari, per a mostrar millor les diferències de nivell i esforç entre els estudiants.