

| | | | |
|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------|
| Codi-Assignatura | 590029- Disseny de pàgines web | | |
| Curs | 1 | Crèdits | 3 ETCS |
| Bloc Temàtic | Màrqueting i Comercialització | Tipus assignatura | Optativa |
| Hores presencials | 21 hores | Hores de treball autònom | 54 hores |

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Aquesta assignatura pretén apropar els alumnes a la part més creativa del màrqueting, a través del disseny d'espais digitals que permetin als usuaris interactuar amb les empreses. Així, es pretén amb aquesta assignatura generar un avantprojecte web que permeti a l'alumnat activar el pensament creatiu, estratègic i crític, a fi de, en un futur, desenvolupar el projecte mitjançant l'ús de programaris i plataformes específiques

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB6 - Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context d'investigació.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG3 - Capacitat d'organització i planificació.

CG5 - Emprendre projectes innovadors i creatius.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE2 - Dissenyar i implementar estratègies comercials i de comunicació que donin resposta a les noves oportunitats de negoci emergents en el sector.

CE5 - Gestionar la qualitat dels productes i serveis turístics, utilitzant les diferents eines, sistemes i normes de qualitat i medi ambient disponibles



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

CE7 - Planificar, coordinar i controlar els processos organitzatius i de servei en totes les àrees d'un esdeveniment.

CE9 - Aplicar el marc polític, legal i institucional que regula les empreses i les activitats i projectes turístics.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Fonaments de l'avantprojecte web
2. Arquitectura de la informació i teoria de la color
3. La usabilitat: User Experience (UX) i User Interaction (UI)
4. Teoria de l'estructura web
5. Predisseny web (disseny de l'avantprojecte): sketching , wireframe , wireflow , i Mockup

METODOLOGIA D'APRENTATGE

L'assignatura es basarà en sessions de treball presencials, de caràcter teòric i pràctic, en els quals es tracten els diferents continguts prèviament definits. Es realitzaran estudis de casos que contribueixin a contextualitzar els conceptes tractats en cada tema. La participació activa dels alumnes serà fonamental per al seguiment de l'assignatura.

Les assignatures són impartides per un equip de professorat i professionals en actiu dels àmbits de màrqueting i del branding aplicat a l'empresa turística, així com coordinacions responsables de les assignatures, amb la funció principal de dinamitzar el procés formatiu, garantint un seguiment i aprofitament òptim del curs.

SISTEMA D'AVUACIÓ

L'avaluació és el procés de valoració del grau d'assoliment dels aprenentatges per par de l'alumne en relació a les competències pròpies d'aquesta assignatura.

En aquest sentit, l'estudiant podrà optar per ser avaluat de forma continua durant el curs o mitjançant una avaluació única al final del període establert.

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una



avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

Per acollir-se en aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

| SISTEMA D'AVALUACIÓ | CONTINUA | ÚNICA |
|---|----------|-------|
| Activitat individual 1 (proves escrites , instruments basats en la observació) | 60% | 100% |
| Activitat grupal (Treballs realitzats pel / per la estudiant , instruments de paper) | 40% | 0% |

Per aprovar l'assignatura és requisit indispensable haver obtingut una nota mínima de "5" a la prova/es individual final.

Revisió i Reavaluació de l'Assignatura

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura i poder presentar o realitzar una nova evidència d'avaluació, serà imprescindible complir alguna de les següents condicions:

A) Haver assolit una qualificació igual o superior a 5 de mitjana de les activitats dutes a terme al llarg del semestre sense tenir en compte la/es prova/es final/s (sigui avaluació contínua o única) i haver-se presentat a la prova final.

B) Haver assolit una qualificació mínima de "4" de nota final de l'assignatura.

La màxima qualificació en el cas de la reavaluació a la que es podrà optar és un "5" de nota final de l'assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

Anguera-Torrell, O., & Langer, C. (2019). El uso del marketing digital en el sector del alojamiento turístico en Cataluña. <https://www.cett.es/fixers/campushtml/Espais/24/2019>

Chen, J., Chen, C., Xing, Z., Xia, X., Zhu, L., Grundy, J., & Wang, J. (2020). Wireframe-based UI design search through image autoencoder. *ACM Transactions on Software Engineering and Methodology (TOSEM)*, 29(3), 1-31.

Córdova-Morán, J., & Freixa Font, P. (2017). Turismo, web 2.0 y comunicación Interactiva en américa latina. Buenas prácticas y tendencias. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*. 2017; 2 (1): 17-34.

Gudiña Gil, C. (2018). Creación y desarrollo de un e-commerce: Scrapbooking Shop.

Guillén, X. V., & Moldes, L. N. (2019). Arquitectura de aplicaciones web.

Miranda Castellón, D. (2016). La Teoría del Color como elemento indispensable dentro del Diseño Gráfico y la Comunicación Visual.

Papoutsaki, A., Sangkloy, P., Laskey, J., Daskalova, N., Huang, J., & Hays, J. (2016, January). Webgazer: Scalable webcam eye tracking using user interactions. In *Proceedings of the Twenty-Fifth International Joint Conference on Artificial Intelligence-IJCAI 2016*.

Paz Enrique, L. E., & Cuellar Santos-Suárez, L. L. (2016). Diseño de la arquitectura de información del sitio web de la Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo de la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas (Cuba).

Rodríguez Castilla, L., González Hernández, D. L., & Pérez González, Y. (2017). De la arquitectura de información a la experiencia de usuario: Su interrelación en el desarrollo de software de la Universidad de las Ciencias Informáticas. *E-Ciencias de la Información*, 7(1), 155-176.

Romero, B. (2018). Psicología del color: Qué es y cómo usar la teoría del color en marketing y en el diseño. Recuperado el, 30.

Sanabre, C., Vinyals-Mirabent, S., & Pedraza-Jiménez, R. (2019). Calidad de los sitios web de los destinos turísticos. El caso del DTI Barcelona. *ARA: Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 7-17.

Sauro, J., & Lewis, J. R. (2016). *Quantifying the user experience: Practical statistics for user research*. Morgan Kaufmann.