

<b>Codi-Assignatura</b>	590030- Desenvolupament de pàgines web		
<b>Curs</b>	1	<b>Crèdits</b>	6 ETCS
<b>Bloc Temàtic</b>	Màrqueting i Comercialització	<b>Tipus assignatura</b>	Optativa
<b>Hores presencials</b>	42 hores	<b>Hores de treball autònom</b>	108 hores

### BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Aquesta assignatura pretén apropar als alumnes els diferents elements que s'han de conjugar per dur a terme una correcta gestió d'un negoci turístic en l'àmbit digital, destacant el paper bàsic de el disseny d'un projecte web mitjançant l'ús d'un CMS.

### 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 GENERALS

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. Teoria i fonaments de el desenvolupament web a través d'ús d'un CMS
2. El servidor web i els seus components: domini, hosting, instal·lació de CMS
3. Estructura del lloc web i disseny de les seves pàgines
4. Implementació de el projecte web
5. Factors d'usabilitat: tests d'UX i UI
6. Noves tendències en UX: chatbots
7. Mobile màrqueting, la importància de l'adaptabilitat

### METODOLOGIA D'APRENTATGE

---

L'assignatura es basarà en sessions de treball, de caràcter teoricopràctic, en què es tracten els diversos continguts prèviament definits. Es realitzen estudis de casos que contribueixen a contextualitzar els conceptes tractats en cada tema en què la participació dels alumnes serà fonamental per al seguiment de les assignatures.

### 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 )	30%	40%
Activitat grupal (Treballs realitzats pel / per la estudiant , instruments de paper )	20%	0%
Activitat individual 2 ( proves escrites , instruments basats en la observació , Treball realitzat pel / per la estudiant )	50%	60%

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

---

Anguera-Torrell, O., & Langer, C. (2019). El uso del marketing diogital en el sector del alojamiento turístico en Cataluña.

<https://www.cett.es/fitxers/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.

Chrysovelidis, G. (2020). Designing a Chatbot for Tourism.

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.

Dahiya, M. (2017). A tool of conversation: Chatbot. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(5), 158-161.

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

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

Ivanov, S. H. (2019). Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism and hospitality industries?. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 11(1).

Ivanov, S., & Webster, C. (Eds.). (2019). Robots, artificial intelligence and service automation in travel, tourism and hospitality. Emerald Publishing Limited.

Melián-González, S., Gutiérrez-Taño, D., & Bulchand-Gidumal, J. (2019). Predicting the intentions to use chatbots for travel and tourism. *Current Issues in Tourism*, 1-19.

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).



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

## PLA DOCENT

### Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

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.

Ukpabi, D. C., Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration. *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality*, Emerald Publishing Limited, 105-121.