



GUIA DOCENTE DE ESPECIALIDAD TURISMO Y HOSTELERÍA

AREA: MARKETING
AUTOR: SPAIN BUSINESS SCHOOL

CÓDIGO: GDE-647

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD

- Código: 647
- Tipo: Especialidad
- Periodo de impartición: Tercer cuatrimestre
- N° de créditos (horas): 15 ECTS (375 hrs.)
- Idioma en que se imparte: Español
- Metodología: Blended

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS

España al igual que otros muchos países tiene una de sus fuentes principales el turismo, no solo como reclamo sino como motor económico. El sector turístico se está renovando y los nuevos medios digitales cada vez son más importantes.

Es importante conocer el sector, su economía y las principales características de su gestión, todo ello, objetivos principales del programa.

PROFESORES

- Claudio Milano

Doctor en Antropología Social y Cultural y Máster en Diferencias Culturales y Procesos Transnacionales por la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en Gestión Turística en la Universidad Federico II de Nápoles.

Más de 10 años de experiencia académica, industrial y consultoría internacional en derechos humanos, desarrollo, planificación urbana y turismo en Ecuador, India, Perú, Senegal, Chile, Brasil y países europeos.

Actualmente, Investigador Ramón y Cajal en el Departamento de Antropología Social de la Universidad de Barcelona.

Ponente principal en eventos, seminarios y conferencias organizados por Instituciones Gubernamentales como la Comisión Europea, Ayuntamientos y en países como Hong Kong, Inglaterra, Irlanda, España, Holanda, Ecuador, Chile, Costa Rica y Sri Lanka.

■ Roberto Torregrosa

Director general de Guiart Hotel.
 Presidente de la asociación española de Directores de Hotel.
 Presidente de la asociación catalana de profesionales del turismo.

Gerente General experimentado con una historia demostrada de trabajo en la industria hotelera. Experto en Catering, Negociación, Hostelería, Inglés y Gestión. Fuerte profesional de operaciones y profesor de varias escuelas de negocio en las especializaciones de Turismo

■ María Nuño de la Rosa

Experta en comunicación, protocolo y eventos. Colaboro empresas y asociaciones para alcanzar sus objetivos. Socia de Bbrand y grupo Burke.

Habitual profesora de escuelas de negocios en el ámbito de la organización de eventos y protocolo y directora de algunos programas máster.

■ Alejandro Alemany

Global Head of Data, Analytics & AI Global Head of Data, Analytics & AI en Barceló Hotel Group.

Profesor de escuelas de negocios especializadas en ámbito digital y del dato.

Me dedico al marketing digital desde que tengo conciencia laboral. Existe un componente de frikismo intrínseco en mi forma de ser. Siempre buscando el indagar en los datos e intentando darle un enfoque de negocio para poder aportar una visión crítica.

¿DMP, DATA, Compra programática, Marketing Digital, Transformación digital, Contenidos, IA...? Todo es interesante y a la vez un posible reto para enriquecerme profesional y personalmente, así como aportar nuevos proyectos para la empresa.

Por suerte para mí, he podido disfrutar de colaboraciones con grandes profesionales en proyectos muy amplios dentro del ámbito del marketing relacionado con datos desde planificación y ejecución de campañas de medios a proyectos DCO, CRO, Desarrollo y explotación de herramientas pioneras en el sector (DMP, CDP), Analítica web, Tag Management, Marketing automation o Compra programática.

PROGRAMA

SINTESIS

- Marco estratégico de la empresa y del turismo de negocio
- Estrategia empresarial
- Gestión de eventos
- Protocolo
- Comunicación y Marketing turístico
- Finanzas, control de gestión y aspectos legales del sector
- La gestión del talento

DETALLE

■ Estructura y tendencias del mercado turístico.

Este módulo está especialmente destinado a futuros gestores y emprendedores de empresas de turismo y ocio. Con este curso se pretende dotar al alumnado de las competencias, los instrumentos y las metodologías de análisis sobre las actividades asociadas al turismo, para ser capaz de asumir tareas de gestión tanto en empresas, como en otras entidades vinculadas al sector turístico.

Para lograr este objetivo será necesario que el alumnado se familiarice con los conceptos y factores que influyen e integran la actividad turística a nivel mundial, los flujos turísticos, la oferta y la demanda, los componentes y los condicionantes para que identifiquen e interpreten los mercados y las estructuras turísticas existentes.

- **La actividad turística.** A lo largo de las primeras sesiones se definirá el ámbito del sector y se profundizarán conceptos y clasificaciones básicas para poder emprender, medir, comparar y estudiar el sector turístico. Este tema pretende aclarar los principios y las prácticas del sistema turístico moderno.
- **Análisis de los efectos económicos del turismo.** Se estudiará la contribución del sector turístico en la economía de un país, el entorno, los agentes participantes y las tendencias del turismo internacional. Se hará énfasis en las interdependencias sectoriales de la actividad turística y los distintos parámetros e indicadores para el análisis de la economía turística.
- **El mercado turístico: oferta y demanda.** En este tema abordaremos la producción de servicios turísticos, teniendo en cuenta todos los factores que influyen la oferta y la segmentación de nichos de mercado. Asimismo, trataremos las características de la demanda turística, su evolución, características, determinantes (precios, rentas, preferencias), posibilidades de segmentación y estrategias para afrontar la estacionalidad.
- **Destinos turísticos.** En este tema trataremos al destino turístico, los factores que condicionan su posicionamiento estratégico y los aspectos fundamentales para la competitividad de los destinos turísticos en un contexto globalizado. Así mismo, se estudiará el concepto de innovación, así como los diferentes tipos de innovaciones conocidas internacionalmente enfocadas a las especificidades del turismo.
- **Workshop.** Se analizarán casos prácticos para realizar propuestas a desarrollar de planificación turística estratégica.

■ Gestión Hotelera

Este módulo está diseñado para conocer desde dentro del gestión de un hotel, desde sus principios hasta la cultura que define la propia identidad del hotel.

- Hotelería del siglo XXI
- Cultura de empresa hotelera
- Sales & Marketing hotelero
- Finanzas y control de gestión en hoteles
- Gestión del talento en un hotel

■ Protocolo y gestión de eventos

- **Protocolo**
 - Introducción al Protocolo

- Técnicas de protocolo para eventos: invitaciones, notas de protocolo, cronogramas, programas. Presidencias.
- Introducción al protocolo oficial: orden de precedencias, banderas y símbolos.
- Protocolo social básico.
- **Organización de eventos**
 - Concepción y estrategia de los eventos: objetivos
 - Logística del evento: selección de fecha y sede, necesidades, etapas del evento.
 - Tipos de Eventos y su producción
 - Comunicación del evento y análisis final.

■ Turismo digital.

Se verá a través de un caso se trabaja digitalmente en las analítica y captación

METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

La asignatura se dicta en formato semipresencial, con clases sincrónicas (en directo, ya sean presencial en aula o presencial virtual -streaming-) y asincrónicas. La metodología adoptada es inductivo-participativa, diseñando cada clase con momentos didácticos que facilitan la visión global del tema y estimulan el aprendizaje gradual y sistemático. Se generarán en la clase diversas instancias de participación y ámbitos de valoración crítica y discusión.

El trabajo en el Campus online está diseñado para integrarse perfectamente con las clases sincrónicas, de modo que el alumno pueda comprender el tema en cada clase y luego profundizar y complementar en el Campus con variados recursos especialmente diseñados y producidos por la cátedra. Las clases sincrónicas se desarrollan en función de los contenidos del programa. Todos los temas están desarrollados en video con explicaciones y un abordaje integral en la bibliografía.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación se llevará a cabo a través de las distintas pruebas de la asignatura:

- Caso práctico
- Examen tipo test final

Los casos prácticos se evalúan atendiendo a

1. Entrega de la memoria del caso
2. Exposición en público del mismo (en caso de ser un ejercicio que requiera exponer, a decisión del profesor)

El examen tipo test es un examen de solución única en la que los fallos no restan. Se realiza en el campus online, en directo y siguiendo las instrucciones del profesor que puede ser presencial u online. Una vez se inicia el examen se genera uno específico para el alumno (distinto a otro pero de igual dificultad) que deberá realizarlo en ese momento. No puede salirse o dar para atrás en el navegador una vez visualizada la

primera pregunta. Si sucediera alguna incidencia (corte de luz, internet, cierre inesperado, etc...) el examen se bloquea. Dicha incidencia debe ser reportada a la escuela quien analizar el comportamiento de uso anterior a la incidencia. Si es una incidencia se retomará un nuevo intento. Si hay algún indicio de fraude o engaño, el examen queda suspenso con la nota obtenida hasta el momento del corte o incidencia. No es alarmante, pero la escuela cuenta con un sistema antifraude.

Las fechas de examen, concretas a la edición, serán informados por el tutor principal de la asignatura así como la porcentaje y rúbrica.

BIBLIOGRAFÍA

- Notas técnicas y recursos propios en el campus
-