



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Negocio Digital e Innovación en turismo

Curso 2022/23

Código-Asignatura	191106 - Marketing turístico digital				
Curso	1º	Créditos	6 créditos ECTS		
Bloque temático	Marketing y comercialización		Tipo asignatura	Formación básica	
Horas presenciales	48	Horas de trabajo dirigido	48	Horas trabajo autónomo	de 54

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En la actualidad, no hay duda de que el mundo gira en torno a la digitalización. Nos encontramos en la llamada era de la información y la transformación digital. Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información actúan como elementos de transformación y provocan cambios en todos los sectores de nuestra sociedad y, especialmente, en el sector turístico. Un sector que es, cada vez, más importante como motor económico de los territorios.

Este hecho, sumado a los cambios en los hábitos de consumo, los cambios en las formas de comunicación y comercialización, gracias a la aparición de nuevas herramientas digitales, junto con la existencia de un turista más interconectado, hace que el sector turístico deba apostar claramente por la digitalización.

En este sentido, la asignatura de Marketing Digital Turístico, proporcionará al estudiante los conocimientos, técnicas y herramientas necesarias para poder asumir dicho cambio. En ella, se abordarán temas como la comprensión del entorno digital, la importancia de la experiencia del cliente (Customer Experience), el posicionamiento, etc. Además, adquirirá competencias en cuanto al uso de nuevos canales de comercialización y nuevas formas de comunicar los productos/servicios turísticos.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Negocio Digital e Innovación en turismo

Curso 2022/23

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG06- Tener orientación al cliente.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE04- Desarrollar y aplicar herramientas de marketing digital en turismo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Entender el marketing como una herramienta más allá de la publicidad, entendiendo las bases estratégicas del mismo y su aplicación al ámbito empresarial digital.

Conocer y entender las principales herramientas digitales y móviles para la comercialización de productos turísticos.

Entender el concepto de marca y conocer las diferentes estrategias asociadas a ella.

Conocer las distintas herramientas asociadas al marketing digital y como aplicarlas al sector turístico.

Conocer, interpretar y saber crear un plan de marketing.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. MARKETING DIGITAL TURÍSTICO
 - 1.1. ¿Qué es el marketing digital turístico?
 - 1.2. El entorno digital.
2. GROWTH HACKING
 - 2.1. Selección y segmentación de los clientes.
 - 2.2. Análisis de las nuevas tendencias del mercado.
3. EXPERIENCIA DEL CLIENTE
 - 3.1. Customer Journey.
 - 3.2. Lead generation.
 - 3.3. Marketing content.
4. POSICIONAMIENTO
 - 4.1. SEO.
 - 4.2. SEM.
 - 4.3. Publicidad y relaciones públicas.
 - 4.4. E-commerce.
5. REDES SOCIALES



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Negocio Digital e Innovación en turismo

Curso 2022/23

- 5.1. Plan de Social Media.
- 5.2. Analítica (KPI's).

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje previstas contemplan una diversidad de procesos entre los que cabe destacar aquellos cognitivos vinculados a la comprensión de los principios del turismo y el sistema turístico global, la inclusión de competencias con un mayor componente de capacidades técnicas; así las actividades y dinámicas, tanto de tipo individual como grupal, asociadas para esta asignatura son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudio de casos
- Debate dirigido
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.