PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Proyectos Turísticos

Código-Asignatura	840001 - Modelos de Negocio en Turismo		
Curso	1	Créditos	6 ETCS
Materia	Empresa turística	Tipo de asignatura	Obligatoria
Horas presenciales	36	Horas de Trabajo autónomo	114

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura los estudiantes se familiarizarán con los distintos modelos de negocio existentes en el sector turístico y aprenderán a conocer y evaluar el impacto de las nuevas tecnologías en los mismos. Así mismo comprenderán el efecto de la innovación en el lanzamiento y desarrollo de proyectos empresariales, trabajarán aspectos jurídicos que condicionan el funcionamiento de las empresas del sector y desarrollarán competencias clave para implementar planes estratégicos y operativos de lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.
- CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.
- CE6 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con valor.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

1. Entender los diferentes modelos de negocio de la industria turística con base digital.
2. Comprender el papel que los modelos de negocio desempeñan en el entorno competitivo actual y en el desarrollo del sector turístico.
3. Aprender a detectar las implicaciones que el *e-business*, las TIC y la innovación tienen en la formulación de modelos de negocio en turismo.
4. Aplicar los modelos de negocio más eficaces para el desarrollo de proyectos turísticos basados en tecnología digital.
5. Diseñar un modelo de negocio turístico con la metodología *Customer Journey* y *Business Model Canvas*.
6. Conocer los aspectos jurídicos que condicionan la puesta en marcha y el funcionamiento de un nuevo proyecto empresarial.
7. Adquirir una base sólida sobre la creación y el crecimiento de una *startup*.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. <u>Emprender con éxito</u>

- Evolución de las nuevas tecnologías
- Importancia de la transformación digital y la innovación
- Estrategias de éxito y diferenciación.
    - Blue Ocean strategy
    - Growth Hacking

2. <u>Client centricity</u>

- Entender al consumidor y sus necesidades: evolución hacia el turista digital.

- Mapa de valor del cliente
- Entender y medir la calidad: calidad esperada vs calidad percibida

3. Sostenibilidad en la empresa turística I

- Sostenibilidad
- ODS
- Legado
- Empresas sostenibles, sociales y con criterios éticos

4. El ecosistema de empresas turísticas

- Introducción al sector Turístico.
    - El ecosistema de empresas turísticas
    - Tipos de productos y servicios
    - Modelos B2B y B2C

5. La gestión empresarial

- Empresa, empresario y emprendedor turístico
- Gestión de operaciones en entornos digitales
- Nuevos perfiles demandados en HotelTech
- Saas KPI's
- Unicornios

6. El modelo de negocio

- Modelos de Negocio y Propuesta de Valor
- Modelos de Negocio Digital en turismo
- Evaluación de modelo de negocio
- Elementos del modelo de negocio en turismo
- Diseño y desarrollo del modelo de negocio
- Factores claves y fases para su definición

7. Tipología de empresas
- Tipología y clasificación de empresas
    - Según la naturaleza de su actividad
    - Según el origen de su capital
    - Según la personalidad jurídica
    - Según el grado de integración
    - Según el tamaño
- Introducción a las Startups

- Intoducción a las eCommerce

8. Marco Legal

- Elección de la forma societaria: sociedades personalistas y capitalistas
- El marco legal
- Trámites para la constitución de una empresa

9. Fiscalidad y financiación

- El presupuesto o Budget
- Introducción a la cuenta de resultados
- Cash Flows
- Fundamentos de fiscalidad
- Fuentes de financiación

10. Gestión de datos

- Toma de decisiones basadas en datos
    - Big Data
    - Business Intelligence
    - Tipos de datos hoteleros
    - Herramientas tecnológicas

11. Sostenibilidad en la empresa turística II

- Partners, colaboradores y nuevos actores
- Comunicación consciente
- Análisis de una empresa social activa

METODOLOGÍA

Las actividades formativas diseñadas para el correcto desarrollo de la asignatura incluyen:

- Exposiciones teóricas
- Exposiciones de trabajos grupales
- Resolución de problemas
- Estudio de casos
- Debates dirigidos

La participación activa de los alumnos será fundamental para el seguimiento de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Dada la naturaleza de este programa, una parte importante del aprendizaje se basa en la participación activa de los(as) estudiantes durante las sesiones. Por este motivo, la asistencia a un mínimo del 80% de las sesiones, se considera obligatoria. En cada sesión, el/a estudiante deberá firmar el control de asistencia durante la sesión.

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. Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a la coordinación del programa dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CONTINUA	ÚNICA
Examen de la asignatura	40 %	100 %
Actividad grupal (memoria)	40 %	0%
Actividad grupal (presentación final)	20 %	0%

Revisión y Reevaluación de la Asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre "4-4.9", y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de "5". Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

El periodo de revisión es público y se encuentra disponible en el apartado de evaluación de la asignatura, en el campus virtual de la misma. Es deber del/a estudiante, leer y entender los procesos de revisión y revaluación de la asignatura. Todas las solicitudes de revisión, deben seguir el proceso establecido en tiempo y forma. Cualquier solicitud de revisión fuera del proceso establecido no se considerará estimada.

COPIA Y PLAGIO

Sin perjuicio de otros que se consideren oportunos y de acuerdo con la normativa vigente de disciplina académica, las irregularidades cometidas por un estudiante que puedan dar lugar a una variación de la calificación se valorarán con nota cero (0). Las actividades de evaluación clasificadas de esta forma y por este procedimiento no serán recuperables. Estas irregularidades incluyen, entre otras:

- La copia total o parcial de una práctica, informe o cualquier otra actividad de evaluación.
- Dejar que otros copien el examen/trabajo.
- Presentar un trabajo en grupo que no haya sido realizado completamente por los miembros del grupo.
- Presentar como propios aquellos materiales elaborados por un tercero, aunque sean traducciones o adaptaciones, y en general, obras con elementos no originales y exclusivos del estudiante.[1]
- Disponer de dispositivos de comunicación (como teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.) accesibles durante las pruebas de evaluación teórica - prácticas individuales (exámenes).

[1] La Inteligencia Artificial es considerada como un tercero.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

- Osterwalder A.; Pigneur Y. (2011) **Generación de modelos de negocio**. Deusto S.A. Ediciones
- Ries, E. (2012) **El método de Lean Startup**. Deusto S.A. Ediciones
- Martín Rojo, I. (2020) Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Ed. Piramide.
- Kaplan R. S.; Norton D.P. (2003) **How to implement a new strategy disrupting your organization.** Harvard Business Review Article.
- Raufflet E. (2017) **Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial**. Ed. Addison-Wesley