



Código - Asignatura	191105 – Modelos de negocio y ecosistemas digitales				
Tipo	Formación Básica		Curso	1º	
Bloque Temático	Empresas y servicios turísticos		Créditos	6 ECTS	
Docente responsable de la asignatura	Yaremis Pérez Corbea				
Profesorado	Yaremis Pérez Corbea				
Presencial	60 horas	Dirigido	40 horas	Autónomo	50 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

En esta asignatura, los estudiantes explorarán los aspectos clave relacionados con la transformación digital en la industria del turismo, centrándose en la creación y gestión de modelos de negocio innovadores y en la comprensión de los ecosistemas digitales que impulsan esta transformación. Asimismo se analizarán tendencias laborales, sociales y económicas que condicionan el funcionamiento de las empresas del sector.

COMPETENCIAS GENERALES

CG06- Tener orientación al cliente.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE05- Identificar el marco regulatorio para la creación y lanzamiento de proyectos empresariales en el ámbito digital turístico.

CE06- Formular las principales características del funcionamiento de modelos de negocio digital en turismo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer las bases de la creación y gestión de los negocios digitales en el sector turístico.
2. Tener una visión holística de la concepción empresarial y el significado de estrategia.
3. Entender las posibilidades de monetización existentes en la economía digital y saber aplicarlas al sector turístico.



4. Aprender y entender las principales herramientas de modelación y estrategia de negocio y como aplicarlas al sector.
5. Conocer y entender los principales modelos de negocio digitales existentes en el sector turístico.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

- Tema 1. Business Model Canvas
- Tema 2. Patrones Modelo de Negocio
- Tema 3. Técnicas de Diseño Modelo de Negocio
- Tema 4. Estrategia de Modelos de Negocio
- Tema 5. Emprendimiento
- Tema 6. Ecosistema Digital
- Tema 7. Omnicanalidad
- Tema 8. Modelos de Negocio Sostenibles

ACTIVIDADES FORMATIVAS

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:

- Actividad 1
- Actividad 2

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.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual 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.

Actividades	Tipo	Continuada	Única	Semana de entrega
Presentación de un Business Model Canvas	Grupal	15%	-	3ª semana
Innovación en los Modelos de Negocio	Grupal	25%	-	8ª semana
Diseño de Negocio Digital Omnicanal	Individual	20%	-	9ª semana
Examen Final	Individual	40%	60%	Semana de examen
Total		100%	100%	

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.

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.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Ovans, Andrea. 2015. “What is a business model?” Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model?language=es>
- Why Business Models Matter by Joan Magretta From the Magazine (May 2002): <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>
- Design Thinking Comes of Age by Jon Kolko FROM THE SEPTEMBER 2015 ISSUE. Harvard Business Review.
- Blank, S. 2013. “Why the lean startup changes everything.” Harvard Business Review. [file:///C:/Users/PC-21/Downloads/Why%20the%20lean%20startup%20changes%20everything%20\(HBS%20article\).pdf](file:///C:/Users/PC-21/Downloads/Why%20the%20lean%20startup%20changes%20everything%20(HBS%20article).pdf)
- Eric Ries, (2011). The Lean Start up: how constant innovation creates radically successful businesses, Portfolio Penguin.
- Steve Blank, Bob Dorf (2012). The start up owner’s manual: the step-by-step guide for building a great company, K&S Ranch.
- John Mullins, Randy Komisar (2009). Getting to plan B: Breaking through to a better business model, Harvard Business Press.
- Ash Maurya, (2012). Running lean: iterate from plan A to a plan that works, O'Reilly Media, Inc.
- The Four Biggest Challenges Digital Platforms Need to Address. Jul 8, 2019. MIT IDE Paula Klein, Editor <https://medium.com/mit-initiative-on->



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PROGRAMA

Grado de Negocio Digital e Innovación en Turismo
Curso 2024/25

[the-digital-economy/the-four-biggest-challenges-digital-platforms-need-to-address-a842413ee3c7](https://www.slideshare.net/Sky7777/the-digital-economy/the-four-biggest-challenges-digital-platforms-need-to-address-a842413ee3c7)

'How to' Pitch Slide Deck:

- One of the most popular how to slide decks:
<http://www.slideshare.net/Sky7777/the-best-startup-pitch-deck-how-to-present-to-angels-v-cs?related=1>
- From our friends at Barcinno (structure was used e.g. for Club Kviar):
<http://www.slideshare.net/Barcinno/the-perfect-startup-pitch-deck-24239339?related=2>
- More advice on how to create a pitch deck:
<http://www.slideshare.net/ryanspoon/how-to-create-an-early-stage-pitch-deck>
- Videos of Venture Pitches: https://www.youtube.com/watch?v=XSk3xO2-3rE&list=PLuaXCn-rFmCi04BXWge0rJV_hj0z-KQpA