



Código - Asignatura	840001 – Modelos de negocio en turismo				
Tipo	Obligatoria	Créditos	6 ECTS		
Materia	Empresa turística				
Responsable de la asignatura	Dra. Emma Pla				
Presencial	42 horas	Dirigido	58 horas	Autónomo	50 horas

BREVE DESCRIPCIÓN

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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje diseñado para esta asignatura permite la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Materia:

M01C1- Distinguir los factores económicos más relevantes relacionados con la digitalización en turismo.

M01C2- Reconocer los diferentes modelos de negocio de la industria turística con base digital, así como el papel que estos desempeñan en el entorno competitivo actual y en el desarrollo del sector turístico.

M01C3- Identificar las implicaciones que e-business, las TIC y la innovación tienen en la formulación de modelos de negocio en turismo.

M01H4- Aplicar los modelos de negocio más eficaces para el desarrollo de proyectos turísticos basados en tecnología digital.

M01S5- Diseñar un modelo de negocio turístico aplicando las metodologías Customer Journey y Business Model Canvas.

M01C6- Identificar los aspectos jurídicos que condicionan la puesta en marcha y el funcionamiento de un nuevo proyecto empresarial.

M01C7- Identificar los principios de creación y crecimiento de una startup.

Asimismo, estos contribuyen a la consecución de los siguientes Resultados de Aprendizaje de Titulación: *TC01, TC02, TC03, TC04, TH01, TH02, TH04, TH06, TS01,*



TS02, TS03, TS04, TS05, TS06, TS07, TS11, TS12, TS14. Se pueden consultar todos en [el siguiente enlace](#).

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Emprender con éxito
 - 1.1. Evolución de las nuevas tecnologías
 - 1.2. Importancia de la transformación digital y la innovación
 - 1.3. Estrategias de éxito y diferenciación.
 - 1.3.1. Blue Ocean strategy
 - 1.3.2. Growth Hacking
 - 1.4. Proyectos de digitalización: estudio de caso
2. Client Centricity
 - 2.1. Entender al consumidor y sus necesidades: evolución hacia el turista digital.
 - 2.2. Mapa de valor del cliente
 - 2.3. Entender y medir la calidad: calidad esperada vs calidad percibida
3. Sostenibilidad en la empresa turística I
 - 3.1. Sostenibilidad
 - 3.2. ODS
 - 3.3. Legado
 - 3.4. Empresas sostenibles, sociales y con criterios éticos
4. Sostenibilidad en la empresa turística II
 - 4.1. Partners, colaboradores y nuevos actores
 - 4.2. Comunicación consciente
 - 4.3. Análisis de una empresa social activa
5. El ecosistema de empresas turísticas
 - 5.1. Introducción al sector Turístico.
 - 5.1.1. El ecosistema de empresas turísticas
 - 5.1.2. Tipos de productos y servicios
 - 5.1.3. Modelos B2B y B2C
 - 5.1.4. ¿Hacia dónde se dirige el sector?
6. La gestión empresarial
 - 6.1. Empresa, empresario y emprendedor turístico
 - 6.2. Gestión de operaciones en entornos digitales
 - 6.3. Nuevos perfiles demandados en HotelTech
 - 6.4. Saas KPI's
 - 6.5. Unicornios
7. El modelo de negocio
 - 7.1. Modelos de Negocio y Propuesta de Valor
 - 7.2. Modelos de Negocio Digital en turismo
 - 7.3. Evaluación de modelo de negocio
 - 7.4. Elementos del modelo de negocio en turismo
 - 7.5. Diseño y desarrollo del modelo de negocio



- 7.6. Factores claves y fases para su definición
8. Tipología de empresas
- 8.1. Tipología y clasificación de empresas
- 8.1.1. Según la naturaleza de su actividad
- 8.1.2. Según el origen de su capital
- 8.1.3. Según la personalidad jurídica
- 8.1.4. Según el grado de integración
- 8.1.5. Según el tamaño
- 8.2. Introducción a las Startups
- 8.3. Introducción a las eCommerce
9. Marco Legal
- 9.1. Elección de la forma societaria: sociedades personalistas y capitalistas
- 9.2. El marco legal
- 9.3. Trámites para la constitución de una empresa
10. Fiscalidad y financiación
- 10.1. El presupuesto o Budget
- 10.2. Introducción a la cuenta de resultados
- 10.3. Cash Flows
- 10.4. Fundamentos de fiscalidad
- 10.5. Fuentes de financiación
11. Gestión de datos
- 11.1. Toma de decisiones basadas en datos
- 11.1.1. Big Data
- 11.1.2. Business Intelligence
- 11.1.3. Tipos de datos hoteleros
- 11.1.4. Herramientas tecnológicas
12. Taller: la sostenibilidad en la empresa turística
13. Improshow emprendedor

METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una gran variedad de acciones diferentes con el fin de dar respuesta a la consecución de los resultados de aprendizaje asociados, y que implican el desarrollo de diferentes tipos de capacidades referidas al aprendizaje de procesos y aplicabilidad de actitudes dentro del entorno de las organizaciones a partir de las actividades siguientes:

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



SISTEMA DE EVALUACIÓN

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

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 como mínimo al 80% de 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 ¹
Actividad 1 - Memoria	Grupal	40%	40%	Última semana
Actividad 2 - Presentación	Individual	20%	-	Última 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

¹ La semana de entrega es una estimación que está sujeta a cambios que puedan surgir a raíz de posibles modificaciones en la planificación o las circunstancias del plan de estudios.



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

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.

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.***
- Disponer de dispositivos de comunicación (como teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.) accesibles durante las pruebas de evaluación teórica - prácticas individuales (exámenes).

*** La Inteligencia Artificial es considerada como un tercero

FUENTES DE INFORMACIÓN

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