



PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Proyectos Turísticos

Código-Asignatura	840010 – Marketing de lanzamiento de proyectos emprendedores en turismo		
Curso	1	Créditos	6 ECTS
Materia	Emprendimiento en Turismo	Tipo de asignatura	Optativa de Emprendimiento
Horas presenciales	36	Horas de Trabajo autónomo	114

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Después de la crisis del causada por la Covid-19, el sector muestra de nuevo un volumen de turistas ascendente acercándose a los datos prepandémicos. Esta mejora sustancial del turismo está generando nuevas oportunidades de negocio en cuanto a la creación de empresas y servicios innovadores y adaptados a las necesidades de los diferentes perfiles de turistas.

La coyuntura marcada por la globalización de los mercados y los objetivos de internacionalización de las empresas siguen siendo parámetros existentes a la vez que competitivos, pero la creación de nuevas empresas y startups en el sector cuyo valor diferencial sea la aplicación de la innovación, las nuevas tecnologías y la sostenibilidad abren posibilidades reales de ofrecer un valor añadido al sector, por lo tanto, de mayor éxito.

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB06 - 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.
- CE09 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG02 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados.
- CG03 – Tener iniciativa y actitud emprendedora.



COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE08 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las técnicas de marketing más efectivas para nuevos productos
 - Entender el concepto de producto turístico nuevo
 - Conocer las etapas en el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos
 - Comprender el potencial de las nuevas oportunidades que ofrecen los canales digitales
 - Identificar las oportunidades existentes en el mercado para nuevos productos o servicios
 - Identificar las claves para obtener éxito en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio
 - Ejercitar un pensamiento creativo que facilite la generación y desarrollo de ideas
-

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Start-ups, emprendedores y su relación con el ecosistema turístico

- Las Startups y los emprendedores en el sector turístico. Qué representan y algunos ejemplos

2. Plan de Marketing

- Las diferentes partes de un plan de marketing para emprender un negocio

3. Estrategia de mercado en la promoción y la comercialización

- Herramientas de conocimiento y captación de mercados locales e internacionales.
- Aplicación de los análisis de mercados en la promoción y comercialización



4. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Introducción
- Definiciones de innovación y digitalización
- Tecnologías y digitalización en el sector turístico
- Caso de estudio

5. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Aplicación de tecnologías disruptivas. Oportunidades y amenazas
- Casos de estudio

6. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Aplicación de tecnologías disruptivas. Oportunidades y amenazas
- Casos de estudio

7. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Innovación en la creación de experiencias y servicios
- Casos de estudio

8. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Innovación en la creación de experiencias y servicios
- Casos de estudio

9. Innovación, digitalización y sostenibilidad

- Los ODS, los planes de sostenibilidad y definición de estrategias medioambientales

10. Co-creación de productos turísticos como nuevos modelos de negocio

- Qué es la co-creación de productos turísticos
- Oportunidades en la co-creación
- Casos prácticos

11. Casos de éxito

- Estudio de casos de empresas startups y emprendedores en el sector turístico

METODOLOGÍA

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



PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Proyectos Turísticos

- 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.

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Para acogerse en esta modalidad hay que solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CONTINUA	ÚNICA
Participación en clase	30 %	0 %
Creación Plan de Marketing	40 %	50 %
Presentación final	30 %	50 %



PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Proyectos Turísticos

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota mínima de "5".

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 logra alcanzar los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

A) Haber alcanzado una calificación igual o superior a 5 de media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta la / s prueba / s final / es (sea evaluación continua o única) y haberse presentado a la prueba final.

B) Haber alcanzado una calificación mínima de "4" de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación a la que se podrá optar es un "5" de 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 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.

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]



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Proyectos Turísticos

- 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

- Aranda, Patricia et al., (2022). El ecosistema emprendedor turístico en la era digital: una aproximación territorial a la realidad española
- Calo, R. (2014). Digital Market Manipulation. *George Washington Law Review*, 4, 995–1051
- EAGER, J. W. M. S. J. et al. (2020). Opportunities of Artificial Intelligence.
- Figueroa Villanueva, María. Estudio de las nuevas tecnologías en el campo del turismo y la hotelería. ULEAM. (2020)
- Marek, W. (2021). Will the consequences of covid-19 trigger a redefining of the role of transport in the development of sustainable tourism? *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su13041887>
- Mas, Adrián et al. La Revolución digital en el sector turístico en España. *Ekonomiaz*. N°98 (2020)
- Montaudon-Tomas, Cynthia, Pinto-López, I., Yáñez-Moneda, & Alicia. (n.d.). Tendencias de la digitalización en la hospitalidad y el turismo.
- Moreno, Luis et al., (2022). Reinención del turismo en clave de inteligencia artificial. *Apuntes Fedea*.
- Observatorio del sistema de startups en España (2022). Tendencias de inversión en España 2022