

# **Transformación Digital de Empresas – Módulo VI: Proyectos de digitalización y gestión de la innovación de empresas del sector turístico**

Formación práctica en digitalización de empresas del sector turístico

## **GUÍA DOCENTE**



**INSTRUCCIONES PARA LA ELABORACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS GUÍAS  
DOCENTES DE LAS ASIGNATURAS**

Tipo de Acción Formativa	Máster Universitario					
Nombre de la Acción Formativa	Transformación Digital de Empresas					
Denominación de la asignatura	Formación práctica en digitalización de empresas del sector turístico					
Módulo	Módulo VI: Proyectos de digitalización y gestión de la innovación de empresas del sector turístico					
Curso académico	2023-2024					
Tipología	Optativa					
ECTS	<b>Teoría:</b>	0.00	<b>Práctica:</b>	5.00	<b>Total:</b>	5.00
Periodo de impartición	Del 05/03/2024 al 23/04/2024					
Modalidad Docente	PRESENCIAL					
Web universidad coordinadora	<a href="https://www.unia.es/master.transformacion.digital">https://www.unia.es/master.transformacion.digital</a>					
Web universidad colaboradora	<a href="https://www.uma.es/master-en-transformacion-digital-de-empresas/info/129778/master-en-transformacion-digital-de-empresas/">https://www.uma.es/master-en-transformacion-digital-de-empresas/info/129778/master-en-transformacion-digital-de-empresas/</a>					
Idioma/s de impartición	Español					

Responsable/s de la asignatura			
Nombre y apellidos	Email	Universidad	Créditos
Carlos Manuel Rossi Jiménez		UNIVERSIDAD DE MALAGA	0.00

Profesorado			
Nombre y apellidos	Email	Universidad	Créditos
Carlos Manuel Rossi Jiménez		UNIVERSIDAD DE MALAGA	0.00

**TUTORIAS: Horario y localización**

Esta asignatura se realiza dentro de la etapa de formación en alternancia que se basa en el principio de complementariedad de la formación alternando el entorno académico y el entorno profesional en una empresa o entidad. Esta materia se desarrollará en la empresa o entidad colaboradora.

**RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE**

Conocimientos o contenidos

El Máster se imparte en modalidad de Formación en alternancia, que se basa en el principio de complementariedad de la formación alternando el entorno académico y el entorno profesional en una empresa o entidad. Esta materia se desarrollará en la empresa o entidad colaboradora.

El objetivo principal de esta materia es el conocimiento de los procesos que integran la cadena de valor de empresas del sector turístico, junto con sus mecanismos de control de calidad, y de la normativa y regulación propia de este sector.

En la primera parte de la materia se analizan las estrategias y procesos de digitalización en las diferentes etapas de la cadena de valor de las empresas del sector turístico, así como las áreas susceptibles de innovación tecnológica:

- Etapa de innovación y diseño de nuevos productos: tecnologías y dispositivos de conectividad que caracterizan a los destinos turísticos inteligentes, las plataformas en la nube como motor de transformación digital, tecnologías para la personalización de las ofertas, servicios y de la experiencia del turista, check-in digital, digitalización de los registros de recepción, etc.
- Etapa de aprovisionamiento: uso del ERP y otros sistemas de información, adquisición de información, digitalización de la cadena de suministros, equipamiento, transporte y logística, automatización del almacenamiento y venta, etc.
- Etapa de producción: inmótica, recogida y almacenamiento de información, automatización de procesos, herramientas de trazabilidad, tecnologías para gestión eficiente y para el para reciclaje, turismo sostenible, accesibilidad.
- Etapa de distribución y comercialización: estudio de canales de distribución, negocio electrónico, motores de reservas, sistemas de gestión de tarifas (revenue management), mecanismos de pago electrónico seguro, etc.
- Etapa de consumo: comercialización online, posicionamiento (SEO, SEM), estudio analítico de costes finales y beneficios, captación y fidelización de clientes, gestión de destinos turísticos, redes sociales como medio de promoción, comunicación omnicanal y realidad virtual como herramienta de promoción de destinos turísticos.

En la segunda parte se estudia la normativa y regulación del sector turístico.

En una tercera parte se introducen los estándares y sistemas de control de calidad del sector, normativas específicas y certificaciones y cómo se implementan en la empresa mediante la digitalización.

A lo largo de las tres etapas se analizarán los retos, riesgos y

	<p>oportunidades en la transformación digital del sector turístico en especial aquéllos que caracterizan a los destinos turísticos inteligentes, y cómo las tecnologías pueden facilitar su consecución.</p>
<p>Competencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COM01: Mostrar compromiso con el respeto y promoción de los Derechos Humanos, la cultura de la paz y la conciencia democrática, los mecanismos básicos para la participación ciudadana y una actitud proactiva para la sostenibilidad ambiental y el consumo responsable</li> <li>• COM02: Examinar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente los relacionados con la promoción del Estado de Derecho en los planos nacional e internacional; la garantía de acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales; el fortalecimiento de las instituciones nacionales pertinente mediante la cooperación internacional, y la promoción de leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible</li> <li>• COM03: Aplicar la igualdad de género y la reducción de desigualdades en la sociedad a través del conocimiento y la educación y desarrollar un compromiso ético como ciudadano y como profesional</li> <li>• COM05: Desarrollar las aptitudes para el trabajo, la comunicación efectiva, la planificación y gestión del tiempo, el esfuerzo, el aprendizaje permanente, la búsqueda de la calidad, así como el espíritu creativo y emprendedor, además del liderazgo, para el adecuado desarrollo de proyectos académicos y profesionales</li> <li>• COM09: Examinar las diferentes etapas que forman la cadena de valor del sector y sus mecanismos de control de calidad y evaluar las posibilidades de mejora de la eficiencia de sus procesos mediante la aplicación de metodologías habilitadoras de la transformación digital</li> <li>• COM10: Identificar, analizar e integrar las diferentes fuentes de información de datos generados en la empresa y aplicarlas al proceso de toma de decisiones</li> </ul>
<p>Habilidades o destrezas</p>	

**DESCRIPTORES DE CONTENIDOS**

El Máster se imparte en modalidad de Formación en alternancia, que se basa en el principio de complementariedad de la formación alternando el entorno académico y el entorno profesional en una empresa o entidad. Esta materia se desarrollará en la empresa o entidad colaboradora.

El objetivo principal de esta materia es el conocimiento de los procesos que integran la cadena de valor de empresas del sector turístico, junto con sus mecanismos de control de calidad, y de la normativa y regulación propia de este sector.

En la primera parte de la materia se analizan las estrategias y procesos de digitalización en las diferentes etapas de la cadena de valor de las empresas del sector turístico, así como las áreas susceptibles de innovación tecnológica:

- Etapa de innovación y diseño de nuevos productos: tecnologías y dispositivos de conectividad que caracterizan a los destinos turísticos inteligentes, las plataformas en la nube como motor de transformación digital, tecnologías para la personalización de las ofertas, servicios y de la experiencia del turista, *check-in* digital, digitalización de los registros de recepción, etc.
- Etapa de aprovisionamiento: uso del ERP y otros sistemas de información, adquisición de información, digitalización de la cadena de suministros, equipamiento, transporte y logística, automatización del almacenamiento y venta, etc.
- Etapa de producción: inmótica, recogida y almacenamiento de información, automatización de procesos, herramientas de trazabilidad, tecnologías para gestión eficiente y para el para reciclaje, turismo sostenible, accesibilidad.
- Etapa de distribución y comercialización: estudio de canales de distribución, negocio electrónico, motores de reservas, sistemas de gestión de tarifas (*revenue management*), mecanismos de pago electrónico seguro, etc.
- Etapa de consumo: comercialización *online*, posicionamiento (SEO, SEM), estudio analítico de costes finales y beneficios, captación y fidelización de clientes, gestión de destinos turísticos, redes sociales como medio de promoción, comunicación omnicanal y realidad virtual como herramienta de promoción de destinos turísticos.

En la segunda parte se estudia la normativa y regulación del sector turístico.

En una tercera parte se introducen los estándares y sistemas de control de calidad del sector, normativas específicas y certificaciones y cómo se implementan en la empresa mediante la digitalización.

A lo largo de las tres etapas se analizarán los retos, riesgos y oportunidades en la transformación digital del sector turístico en especial aquéllos que caracterizan a los destinos turísticos inteligentes, y cómo las tecnologías pueden facilitar su consecución.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

AF1. Actividades dirigidas expositivas y prácticas (presenciales, síncronas y/o asíncronas) (10 horas)

AF2. Actividades dirigidas y/o supervisadas académicamente (15 horas)

AF3. Actividades autónomas del estudiante (225 horas)

Actividad formativa	Modalidad de enseñanza	Dedicación (horas de trabajo autónomo del estudiante)	Dedicación (horas de trabajo lectivas del estudiante con apoyo del profesor)
---------------------	------------------------	--	---

1.Actividades dirigidas expositivas prácticas	PRESENCIAL	10	4
2. Actividades dirigidas académicamente	PRESENCIAL	15	6
3. Actividad autonoma del estudiante	PRESENCIAL	225	5
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>			
SE5. Elaboración y/o presentación oral (telepresencial) o escrita de trabajos, informes o proyectos de seguimiento y superación de retos o logros durante la formación en materias prácticas.			
SE6. Elaboración y presentación oral y/o escrita de memoria final de realización de prácticas externas y trabajo de campo en el sector.			
SE7. Sistema de evaluación basado en la supervisión del portafolios digital de aprendizaje (con herramientas metodológicas diversas: Evaluación 360°, Rol playing, co-evaluación estudiantes-expertos, etc.).			
<b>Estrategias/metodologías de evaluación</b>			<b>Porcentaje de valoración sobre el total</b>
Elaboración y/o presentación oral (telepresencial) o escrita de trabajos, informes o proyectos de seguimiento y superación de retos o logros durante la formación en materias prácticas.			20%%
Elaboración y presentación oral y/o escrita de memoria final de realización de prácticas externas y trabajo de campo en el sector.			20%%
Portafolios digital de aprendizaje con actividades realizadas			60%%
<b>MEDIOS Y RECURSOS DIDÁCTICOS</b>			
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>			
Distribución Turística, Autor: A. Fernandez Villagran, A. Rodríguez Zulaica, R. Pastor Ruíz, Editorial Síntesis. 2019			
eTourism Case Studie. Management and marketing issues.; Egger,R.; Buhalis. D; Elsevier; 2008			
<b>PLAN DE CONTINGENCIA</b>			

Conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal(Reglamento(UE) 2016/679, de 27 de abril) le informamos que los datos personales que nos ha facilitado pasarán a ser tratados por la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA como responsable del tratamiento, siendo órgano competente en la materia la Dirección del Área de Gestión Académica(Monasterio Santa María de las Cuevas, C/ Américo Vespucio nº2. Isla de La Cartuja - 41092 - Sevilla) ante quien Ud. puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación, oposición o portabilidad señalando concretamente la causa de su solicitud y acompañando copia de su documento acreditativo de identidad. La solicitud podrá hacerse mediante escrito en formato papel o por medios electrónicos.

Caso de no obtener contestación o ver desestimada su solicitud puede dirigirse al Delegado de Protección de Datos de la Universidad(rpgpd@unia.es Tfno 954 462299) o en reclamación a la Agencia Española de

Protección de Datos a través de los formularios que esa entidad tiene habilitados al efecto y que son accesibles desde su página web: <https://sedeagpd.gob.es>

Como responsable, la Universidad le informa que exclusivamente tratará los datos personales que Ud. le facilite para dar cumplimiento a los siguientes fines:

a) Gestión académica y administrativa de:

- Participación en procesos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales(Grado, Máster y Doctorado) o de formación Continua de la Universidad Internacional de Andalucía.
- Inscripción y/o matrícula como alumno en cualquiera de las titulaciones oficiales(Grado, Máster y Doctorado), Formación Continua u otras actividades académicas ofrecidas por la Universidad Internacional de

Andalucía.

• Participación en convocatorias de becas y ayudas al estudio de la Universidad Internacional de Andalucía, la Admón. General del Estado o la de las Comunidades Autónomas y de otras entidades públicas o privadas.

- Participación en convocatorias de programas de movilidad de carácter nacional o internacional.
- Obtención y expedición de títulos oficiales, títulos propios y otros títulos académico

b) Gestión de su participación como estudiante en prácticas y actividades formativas nacionales o internacionales en instituciones, empresas, organismos o en otros centros.

c) Utilización de servicios universitarios como obtención del carné universitario, bibliotecas, actividades deportivas u otros.

La Universidad se encuentra legitimada para tratar estos datos al ser necesarios para la ejecución de la relación jurídica establecida entre Ud. y la Universidad y para que ésta pueda cumplir con sus obligaciones legales establecidas en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades.

Usted responde de la veracidad de los datos personales que ha proporcionado a la Universidad y de su actualización.

La Universidad comunicará los datos personales que sean indispensables, y nunca en otro caso, a las siguientes categorías de destinatarios:

• A otras Administraciones y organismos públicos para el ejercicio de las competencias que les sean propias y compatibles con las finalidades arriba enunciadas(Así - a modo enunciativo y no limitativo - a Ministerios con competencias en educación y ciencia, a otras administraciones, a otras Universidades o Centros formativos equivalentes para la gestión de traslados, a empresas para la realización de prácticas)

• A entidades bancarias para la gestión de pagos y cobros.

• A organismos públicos o privados en virtud de la celebración de convenios de colaboración o contratos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de Protección de Datos.

• A los servicios de la propia Universidad que sean adecuados para gestionar la utilización de los servicios universitarios ofertados.

Sus datos de carácter personal se tratarán y conservarán por la Universidad conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos, pasando luego a formar parte -previo expurgo - del Archivo Histórico Universitario conforme a lo dispuesto en la legislación sobre Patrimonio Histórico.

La Universidad sólo prevé la transferencia de datos a terceros países en el caso de su participación como alumno en alguno de los programas de formación o becas de carácter internacional. La transferencia se realizará siguiendo las directrices establecidas al respecto por el Reglamento Europeo de Protección de Datos y normativa de desarrollo.

El Servicio de Protección de Datos de la Universidad Internacional de Andalucía cuenta con una página en la que incluye legislación, información y modelos en relación con la Protección de Datos Personales a la que puede acceder desde el siguiente enlace: <https://www.unia.es/protecciondatos>