

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Nuevos retos y oportunidades: turismo sostenible, innovación turística, nuevas tendencias de los clientes
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	
ECTS	3
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español / Inglés
Modalidad	Online
Semestre	Primer semestre
Curso académico	22/23
Docente coordinador	José Manuel Cabello
Docente	Ignacio Sariego

2. PRESENTACIÓN

En esta asignatura se realizará una introducción general de la materia, en la que se pretende que el alumno conozca las principales tendencias del sector, datos macro y micro, además de los principales perfiles del turista actual y cuáles son las tendencias de futuro, claves para comprender el lado de la demanda y ajustar la oferta de los establecimientos hoteleros.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1: 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.
- CB3: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Competencias transversales:

- CT1: Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

- CT2: Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido
- CT6: Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- CT9: Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- CE1: Capacidad para desarrollar estrategias de gestión hotelera competitivas e innovadoras a partir de la búsqueda y análisis de información de fuentes fiables en el ámbito de la dirección y gestión hotelera.
- CE3: Capacidad para diseñar e implementar procesos estratégicos de cambio, que incluyan planes de seguimiento y evaluación de resultados, y permitan establecer planes de mejora en empresas del sector hotelero.
- CE9: Capacidad para definir e integrar el producto de alojamiento dentro del conjunto de la oferta hotelera.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Analizar, categorizar y elaborar diagnósticos objetivos sobre las tendencias actuales de las empresas hoteleras.
- RA2: Formular estrategias competitivas apoyadas en la innovación en Turismo (procesos, productos, sostenibilidad, nuevas tecnologías, estrategia acceso a nuevos mercados, modelos de negocio).
- RA3: Diseñar distintos modelos de gestión hotelera competitiva en base a los diferentes tipos de turista.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB3, CT1, CT3, CE1	RA1: El estudiante será capaz de analizar, categorizar y elaborar diagnósticos objetivos sobre las tendencias actuales de las empresas hoteleras
CB1, CB3, CT1, CT9, CE3	RA2: El estudiante será capaz de formular estrategias competitivas apoyadas en la innovación en Turismo
CB1, CB3, CT2, CT6, CE9	RA 3: El estudiante será capaz de diseñar distintos modelos de gestión hotelera competitiva en base a los diferentes tipos de turista

4. CONTENIDOS

En la primera unidad, los estudiantes tendrán que ser capaces de conocer el comportamiento de los actuales turistas, según sus perfiles, e identificar la variada y dinámica presentación de la oferta turística en este siglo XXI. Para ello se desarrollarán 4 apartados:

- ¿Cómo es el perfil actual del turista? Contexto actual en tiempos de pandemia.
- Customer journey y Buyer Persona.
- Introducción a tres elementos clave en la gestión hotelera: Revenue, Upselling/Crosselling y KPIs.

En la segunda unidad, los estudiantes deberán conocer las actuales tendencias y estrategias de desarrollo empresarial relacionadas con el mundo hotelero. Para ello se desarrollarán tres apartados:

- La internacionalización como estrategia de desarrollo.
- Habilidades sociales, valores y competencias transversales en hotelería y turismo.
- La responsabilidad social corporativa hotelera.

En la tercera y última unidad, los estudiantes deberán analizar la importancia que desempeñan los avances de las nuevas tecnologías, en especial, la conectividad, la irrupción de la web 2.0, el creciente uso de los dispositivos móviles y de las redes sociales, y el impacto que éstas generan en los negocios hoteleros. Para ello se desarrollarán cuatro apartados:

- Nuevos modelos de planificación y evaluación de espacios turísticos.
- La gestión de Big Data en los establecimientos hoteleros.
- La comunicación digital: gestión de la reputación on-line.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso
- Aprendizaje Cooperativo
- Aprendizaje Basado en Proyectos
- Clase magistral / web conference

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
A1: Seminario virtual	3

A2: Lecturas de temas y consulta de recursos complementarios	10
A3: Actividades de aplicación individuales	8
A4: Actividades de aplicación colaborativas	12
A5: Foros	10
A6: Tutorías	3
A7: Cuestionario de evaluación	
A8: Seguimiento y revisión de actividades	4
A9: Estudio autónomo	25
TOTAL	75

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso máximo
Pruebas de evaluación de conocimiento	40.0
Observación del desempeño	10.0
Caso/Problema	30.0
Informes y escritos	20.0

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Informe individual	8/12/22
Caso / Problema	15/12/22
Observación del desempeño	15/12/22
Caso / Problema	22/12/22
Prueba de evaluación	22/12/22

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

Unidad de Aprendizaje 1:

- Afiecyll (2015). La Pirámide de Maslow: las necesidades humanas. Disponible en: <http://afiecyll.es/wp/la-piramide-de-maslow-las-necesidades-humanas/>. [Último acceso: 05 julio 2018].
- Allende, P. (2016). Etapas del viaje. Disponible en: <http://allende-losmares.com/etapas-del-viaje>. [Consulta: 13 junio 2018].
- Hospitality United Club (2018). USA Travel Trends 2018 <https://static.hosteltur.com/web/uploads/2018/06/USA-Travel-Trends.pdf>. [Último acceso: 30 junio 2018].
- Hosteltur (2016). Radiografía del perfil del viajero: Del turista tradicional al 3.0. Disponible en: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/004536_radiografia-del-perfil-del-viajero-del-turista-tradicional-al-30.html. [Último acceso: 23 junio 2018].
- Hosteltur (2018a). Reto para la empresa turística, convierte en digital tu negocio. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/edicion-impresa/digitalizate>. [Último acceso: 09 julio 2018].
- Hosteltur (2018b). Diez tendencias clave en tecnología para hoteles. Disponible en: https://www.hosteltur.com/182800_diez-tendencias-clave-tecnologia-hoteles.html. [Último acceso: 15 julio 2018].

- Hotelstars Union (2018). Strategic Partnership for Hotel Classification In Europe. Disponible en: <https://www.hotelstars.eu>. [Último acceso: 14 julio 2018].
- Segittur (2015). Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. Disponible en: https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Libro-Blanco-Destinos-Turisticos-Inteligentes-ok_es.pdf. [Último acceso: 02 julio 2018].

Unidad de Aprendizaje 2:

- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: still waiting for change. *Tourism Management* 28(6), 1383-1399.
- Bedekovic, V., Bosnic, I., & Jakovic, B. (2014). An intercultural personnel competence in cultural tourism. *Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*. Pp. 457-471. Rij: University of Rij.
- Browne, K. (2007). Cultural Identity. Disponible en: <http://www.polity.co.uk/browne/downloads/BROWNE%20CHAPTER%202%20v2.pdf>. [Último acceso 14 julio 2018].
- Calveras, A. (2012). External and internal corporate social responsibility: complements through product quality. Evidence from the hotel industry. Disponible en: <http://goo.gl/zhrxKI>. [Último acceso: 24 Julio 2018].
- Cardona, D. y Hernández, J. (2011). La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Saber, Ciencia y Libertad*, 6(11), 91-104.
- Comisión Europea (2001), Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, Comisión Europea, Bruselas.
- Do Céu Almeida, M. (2005). La empresa socialmente responsable: estudio empírico en el sector hotelero. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 5, 45-72. Disponible en: <http://goo.gl/er8i0f>. [Último acceso: 22 Julio 2018].
- EC Brands (2018). Estas son las empresas que más apostaron por la RSC en 2017. Disponible en: https://brands.elconfidencial.com/empresas/2018-05-21/empresas-rsc-sostenibilidad-social-cambio-climatico_1565605/ [Último acceso: 16 Agosto 2018].

Unidad de Aprendizaje 3:

- Avila, R. & Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15; pp. 27-43.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (Vol. 28, pp. 391–403). Springer.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Butler, R.W. (1984). The impact of informal recreation on rural Canada. En *The pressure of change in rural Canada*. Geographical Monograph 14, M. F. Bunce and M. J. Troughton, eds., Downsview, York University, Ontario.
- Cerezo, A., Guevara, A. y Enciso, M. (2017). Big Data como fuente de conocimiento turístico. Especial referencia al Open Data y al Big Data Social. *Revista científica de Instituto de Estudios Turísticos*, 213-214, 185-204.

- Comisión Europea (2018). Blueprint for Sectoral Cooperation on Skills in Tourism: Enhancing the Image of Careers in the Tourism Sector. Disponible en: <http://jobsintourism.eu>. [Último acceso: 05 Septiembre 2018].
- Demunter, C. (2017). Tourism statistics: early adopters of big data?. European Commission, DG EUROSTAT. Disponible en: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf>. [Último acceso: 14 Agosto 2018].
- Federación Española de Municipios y Provincias (2008). Modelos de Gestión Turística Local. Principios y prácticas. Disponible en: <http://femp.femp.es/files/566-679-archivo/Manual%20Modelos%20de%20Gestion%20I.pdf>. [Último acceso: 22 Agosto 2018].
- Femenia-Serra, F., Celdrán M.A., Ivars J. (2016). Los Destinos Turísticos Inteligentes. Una visión desde la perspectiva de los Millennials. Conference: XI Congreso Internacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Turitec). Málaga. pp. 79-93.
- Fuchs, M., Höpken, W., & Lexhagen, M. (2014). Big data analytics for knowledge generation in tourism destinations—A case from Sweden. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 198-209.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Ivars, J. Solsona, F.J. y Giner, D. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'anàlisi geogràfica. Publicacions del Departament de Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona* 62(2):327.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este apartado se indica el cronograma de actividades formativas, así como las fechas de entrega de las actividades evaluables de la asignatura:

Semana	Contenidos	Actividades formativas/evaluables	Peso en la evaluación de la actividad evaluable
1	UA1	<ul style="list-style-type: none"> Seminario virtual Informe individual Lecturas de temas y consulta de recursos complementarios 	20%
2	UA2	<ul style="list-style-type: none"> Seminario virtual Caso / Problema Lecturas de temas y consulta de recursos complementarios 	30%
3	UA3	<ul style="list-style-type: none"> Seminario virtual 	
4	UA3	<ul style="list-style-type: none"> Seminario virtual Prueba de evaluación Observación del desempeño 	40% 10%

Este cronograma podrá sufrir modificaciones que serán notificadas al estudiante en tiempo y forma.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad 1. Foro: Gestión de un hotel en tiempos de crisis

Actividad 2. Definición de buyer persona

Actividad 3. Smart destination

Actividad 4. Prueba de conocimiento

...

RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

Indicadores	Nivel de rendimiento				
	Nivel I. Inadecuado[0-3]	Nivel II. Necesita mejorar[4]	Nivel III. Aceptable [5-6]	Nivel IV. Buen trabajo [7-8]	Nivel III. Excelente [9-10]
Presentación y aspectos formales. Ponderación 25%	Los aspectos relativos a presentación, oral y/o escrita, y criterios lingüísticos no son adecuados.	Los aspectos relativos a presentación, oral y/o escrita, y criterios lingüísticos deben ser mejorados.	La presentación resulta adecuada, aunque es susceptible de mejora en la estructura de la misma.	La presentación resulta clara y concisa, contiene la información que se solicita. Es bastante respetuosa con la gramática.	La presentación resulta clara y concisa, contiene la información que se solicita. Es bastante completamente respetuosa con la gramática.
Contenido. Ponderación 75%	El contenido de la actividad no se ajusta en absoluto a lo requerido. Demuestra una nula comprensión del problema y falta absoluta de trabajo sobre el tema.	El contenido de la actividad no se ajusta adecuadamente a lo requerido. Demuestra fallos en la comprensión del problema y un trabajo insuficiente sobre el tema.	El contenido de la actividad se adapta de forma aceptable a lo solicitado, aunque falta algún requerimiento que se solicitaba en la actividad.	El contenido de la actividad se adapta a lo solicitado. Casi todos los requerimientos de la actividad se han llevado a cabo y se evidencia un trabajo de calidad sobre el tema.	El contenido de la actividad es exactamente lo solicitado. No falta ninguno de los elementos requeridos y demuestra un trabajo excelente.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.