

A large, light gray, stylized profile of a man with a cap and curly hair, facing right, serving as a background for the upper half of the page.

Innovación y
transformación en
turismo

**Máster en Dirección
Estratégica de
Destinos Turísticos
Inteligentes**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Innovación y transformación en turismo

Titulación: Máster en Dirección Estratégica de Destinos Turísticos Inteligentes

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Volha Herasimovich

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K1- Profundizar en el conocimiento del marco conceptual de los destinos turísticos inteligentes, incluyendo su evolución y antecedentes en la revolución inteligente.

K2- Desarrollar una comprensión avanzada y crítica de las diversas tipologías de innovación en el ámbito turístico, así como identificar y analizar las tendencias emergentes y las oportunidades estratégicas más recientes en el sector

1.2. Habilidades y destrezas

S1- Aplicar los cinco ejes estratégicos de un destino turístico inteligente: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación y tecnología en la adopción de medidas de gestión

1.3. Competencias

C1- Adaptarse a los cambios y desafíos del entorno turístico global y dirigir equipos en la transformación hacia prácticas más inteligentes y sostenibles.

C2- Liderar la implementación de nuevos modelos de gestión aplicables a la industria turística y estrategias innovadoras para enfrentar los desafíos del sector turístico.

C7- Evaluar críticamente investigaciones existentes para identificar áreas de mejora y promover prácticas innovadoras en turismo.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos mínimos

La asignatura aborda la innovación y sus tipologías como eje central para comprender cómo surgen y se gestionan nuevas ideas en el sector turístico, analizando las tendencias y oportunidades que impulsan la evolución de la actividad. Se profundiza en estrategias de innovación orientadas a la creación de valor, así como en los drivers de transformación que están redefiniendo a las organizaciones turísticas en un entorno competitivo y digitalizado. Además, se estudian los procesos de gestión del conocimiento y del talento como elementos clave para fortalecer la cadena de valor turística, junto con la exploración de nuevos modelos de negocio que emergen en respuesta a los cambios del mercado. Finalmente, la asignatura incorpora un workshop de casos de éxito en turismo, donde los estudiantes analizan experiencias reales que ilustran la aplicación práctica de los conceptos aprendidos.

2.3. Contenido detallado

1. Innovación y sus tipologías
2. Tendencias y oportunidades para la innovación en turismo.
3. Estrategias de innovación para la creación de valor.
4. Drivers de la transformación en organizaciones turísticas.
5. Gestión del conocimiento y del talento para la transformación de la cadena de valor turística.
6. Nuevos modelos de negocio.
7. Workshop de casos de éxito en turismo.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida (AD1): Mapeo del ecosistema de destinos turísticos para la innovación.

Los estudiantes elaborarán un mapa del ecosistema de un destino turístico a partir del análisis de su red digital e interpretarán su estructura en términos de potencial de innovación, capacidad de gobernanza y nivel de transformación digital.

Actividad Dirigida (AD2): Reflexión crítica sobre la incorporación de la inteligencia artificial (IA) en el trabajo diario y en los destinos turísticos. Analizar críticamente el papel de la IA en la transformación del trabajo profesional y de los destinos turísticos, identificando oportunidades, riesgos y las condiciones necesarias para una implementación efectiva.

Actividad Dirigida (AD3): Se incorporarán actividades breves basadas en herramientas del UN Innovation Toolkit, diseñadas para estructurar el proceso de innovación de forma aplicada y reflexiva. Estas actividades incluyen diagnósticos rápidos para identificar fortalezas y áreas de mejora, dinámicas de ideación y priorización de soluciones, así como ejercicios de análisis de actores y de cultura organizativa, y de evaluación de impacto. En conjunto, permiten guiar a los estudiantes desde la identificación de problemas hasta la generación y validación de propuestas innovadoras, apoyándose en enfoques estructurados y en herramientas prácticas desarrolladas por las Naciones Unidas.

Actividad Dirigida (AD3): Se utilizarán actividades breves en clase para implicar a los estudiantes en el tema, comprobar su comprensión y relacionar los conceptos con contextos reales.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	Horas virtuales síncronas	Horas virtuales asíncronas
AF1 – Clases magistrales	20	10	10
AF2 – Clases prácticas. Seminarios y talleres	25	13.3	11.6
AF3 – Tutorías	2	1	1
AF4 – Trabajo individual y en grupo del estudiante	26	0	0
AF5 – Estudio autónomo	75	0	0
AF6 – Evaluación	2	2	0
Total	150	26.3	22.6

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
 7,0 - 8,9 Notable (NT)
 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	50%
SE2 – Prueba final individual	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	50%
SE2 – Prueba final individual	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en el examen final.

Asimismo, será necesario obtener una calificación media mínima de 5 en la presentación de actividades y trabajos para poder hacer media con el examen final. De lo contrario, la calificación a ponderar en este concepto será 0.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

-Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)

-Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas literales no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.** En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

Se usará el sistema APA (American Psychological Association) para las citas y referencias bibliográficas en todos los trabajos.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Almansa, J. (2021). El fin de la innovación: La era del innovador. Planeta - Gestión 2000.
<https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/291642>
- Alzua-Sorzabal, A., Herasimovich, V., Guereño-Omil, B., & Thiel-Ellul, D. (2025). Extended destination ecosystems in smart tourism: Networking behaviours and leadership. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(11), 276–293. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2025-0326>
- Cardoso, R. C., Sohn, A. P. L., Ferasso, M., & Pereira Júnior, S. (2024). Open innovation in the tourism field: A systematic literature review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100359. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100359>
- Domanski, D., Monge, N., & Quitiaquez, G. (2016). Innovación social en Latinoamérica. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/126053>
- Espinoza, R. (2013). Innovación en negocios para mentes digitales. RIL editores.
<https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/68293>
- European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
<https://doi.org/10.2873/344425>
- Figuerola Palomo, M. (1941-), & Martín Duque, C. (2019). Modelos de gestión e innovación en turismo. Aranzadi : Thomson Reuters : Civitas.
<https://biblioteca.nebrija.es/repositorio/baratzcl?TITN=127114>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2024). Organizaciones, Recursos Humanos y Ecosistemas de Emprendimiento. Dykinson, S.L.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/nebrijaes/detail.action?docID=31520950>
- Miranda González, F. J. (2023). La gestión de la innovación en la empresa. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
<https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/271172>
- OECD & Statistical Office of the European Communities. (2007). Oslo Manual: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, 3ª edición. Tragsa.
<https://doi.org/10.1787/9789264065659-es>
- OECD, & Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, 2018. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

SEGITTUR. (2023). Guía de buenas prácticas en innovación para destinos turísticos inteligentes. SEGITTUR. <https://www.segittur.es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/segittur-presenta-la-guia-de-buenas-practicas-en-innovacion-para-destinos-turisticos-inteligentes/>
World Tourism Organization. (2021). Methodological Notes to the Tourism Statistics Database. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284422517>

Bibliografía recomendada

- Álvarez Hilario, V., & Ramos Leyva, G. A. (2025). Innovación y cultura digital. Editorial Transdigital. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/286735>
- Alzua-Sorzabal, A., Herasimovich, V., Guereño-Omil, B., & Thiel-Ellul, D. (2024). Connections Between a Tourist Destination, the Digital Ecosystem, and ICT Actors. In A. J. Guevara Plaza, A. Cerezo Medina, & E. Navarro Jurado (Eds.), *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability* (pp. 215–226). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_20
- Beltrán, G. (2019). Turismo Rural Online: Páginas Web y Redes Sociales. Editorial UOC. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/nebrijaes/detail.action?docID=7025926>
- Cabrera Paniagua, D. (2020). Innovación: Perspectivas multidisciplinares. RIL editores. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/189560>
- Christou, E., Fotiadis, A., & Giannopoulos, A. (2025). Generative AI as a tourism actor: Reconceptualising experience co-creation, destination governance and responsible innovation in the synthetic experience economy. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.16562068>
- Dodgson, M., & Gann, D. (2019). Innovación: Una breve introducción. Antoni Bosch editor. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/123898>
- Escorsa Castells, P., & Valls Pasola, J. (2016). Tecnología e innovación en la empresa. Universitat Politècnica de Catalunya. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/61428>
- Herasimovich, V., Alzua-Sorzabal, A., & Guereño-Omil, B. (2024). Online networking behaviour of tourism stakeholders in a multi-destination region: A hyperlink network analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100844. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100844>
- Herruzo-Gomez, E., Hernandez-Sanchez, B. R., & Cardella, G. M. (2019). Emprendimiento e innovación: Oportunidades para todos. Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/129642>
- Lopez Casarin, J. (2018). Innovación: Una actitud. Editorial Miguel Ángel Porrua. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/118465>
- Martín Cubas, J., & Soria Olivas, E. (2020). Innovación e Inteligencia Artificial Al Servicio Del Desarrollo Rural. Universidad de València Servicio de Publicaciones. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/nebrijaes/detail.action?docID=31311215>
- Navarro-Meneses, F. (2023). Managing the Smart Revolution in Tourism Firms: Innovation and Value Creation in the Era of Data. CAB International. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/nebrijaes/detail.action?docID=30464115>
- Quintero Campos, L. J. (2015). La innovación como sistema: La innovación con el apoyo estatal en Colombia. Editorial Utadeo. <https://elibro.net/es/lc/nebrija/titulos/220905>
- Sørensen, F., & Balsby, N. (2021). Brokers and Saboteurs: Actor Roles in Destination Innovation Network Development. *Tourism Planning & Development*, 18(5), 547–572. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1830300>
- Withiam, G., Verma, R., Enz, C. A., Kimes, S. E., Walsh, K., & Siguaw, J. A. (2016). Achieving Success Through Innovation: Cases and Insights from the Hospitality, Travel, and Tourism Industry. Business Expert Press. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/nebrijaes/detail.action?docID=4677082>

Otros recursos

UN Tourism. (2026). Innovación y transformación digital. UN Tourism. <https://www.untourism.int/es/innovacion-transformacion-digital>

United Nations Innovation Network. (2026). UN innovation tools. United Nations Innovation Network. <https://un-innovation.tools/>

United Nations Innovation Network. (2026). UN Innovation Network. United Nations Innovation Network. <https://www.uninnovation.network/>