

A large, light gray, stylized profile of a man wearing a cap and a fur collar, facing right. This is a reference to Nebrija, the founder of the university.

Planificación y
gestión de
productos y
destinos turísticos
MBA
2017-18



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Planificación y gestión de productos y destinos turísticos

Titulación: MBA. Máster Universitario en Dirección de Empresas

Curso Académico: 2017-18

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial/semipresencial/a distancia

Créditos: 6

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. David Mora Gómez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

CB6 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.

CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 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.

CB9 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.

CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual

CG9.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación

CE3.- Capacidad de manejar herramientas de management para el ejercicio eficaz de la labor directiva

CE11.- Capacidad para realizar un análisis crítico y desarrollar una alternativa turística emergente.

CE12.- Capacidad para interpretar la información contable, y tomar decisiones sobre la misma.

CE13.- Capacidad para entender cómo se valora una empresa y su estructura financiera, y tomar decisiones de gestión e inversión

CE31.- Capacidad para determinar la viabilidad de una idea de negocio a partir del estudio en profundidad de todos los aspectos relacionados con la oportunidad (humanos, financieros, económicos, entorno, etc.).

CE35.- Capacidad para integrar operativamente las diferentes áreas funcionales aprendidas en el Master. Todo ello desde la perspectiva de la elaboración de un Plan de Negocio, así como para el desarrollo de una visión global de la empresa.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Dominar el desarrollo de productos y servicios turísticos.
- Comprender el concepto del establecimiento hotelero como un integrador de servicios: gestor de la oferta y destino en sí mismo.
- Dominar el diseño de espacios y conceptos turísticos.
- Crear elementos de comunicación turística.
- Conocer los tipos de destinos turísticos y diferencias entre las realidades turísticas.
- Comprender los enfoques metodológicos para la planificación de espacios turísticos.
- Entender el diseño y estructuración de productos turísticos de base territorial
- Analizar las políticas turísticas y de políticas sectoriales que condicionan el desarrollo y la planificación de la actividad en destino.
- Conocer el entorno legal de la planificación (bases legales de la planificación turística del territorio)
- Conocer las nuevas tecnologías de la información en los procesos de planificación y gestión turística (web 2.0, redes sociales, SIG, Smart Cities).
- Conocer cómo se diseña el marketing de destinos turísticos
- Conocer la problemática específica de gestión turística en diferentes tipos de destinos (áreas naturales y rurales, destinos de turismo urbano y cultural, destinos litorales y áreas costeras)
- Conocer la gestión de calidad del destino turístico.
- Comprender la organización y el manejo del destino turístico: estructura, competencias y funcionamiento de diferentes entidades de gestión pública del destino turístico.
- Familiarizarse con los procedimientos para la gestión y seguimiento de proyectos en destino y dirección de equipos humanos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Esta asignatura trata la descripción y análisis del papel de la planificación y gestión de los destinos turísticos y, por tanto, sobre la política turística, la cual abarca ámbitos como la planificación, el marco regulador, la ordenación, defensa del consumidor, comunicación y promoción.

El objetivo de la asignatura es preparar al alumno en las políticas turísticas y planificación turística, capacitándole bien para prestar sus servicios en una Administración Pública Turística, bien para comprender su forma de actuar y su incidencia en el sector privado del turismo, facilitando la cooperación entre los sectores público y privado. Esta asignatura prepara además para el trabajo de consultoría turística.

2.3. Contenido detallado

Esta asignatura trata la descripción y análisis del papel de la planificación y gestión de los destinos turísticos y, por tanto, sobre la política turística, la cual abarca ámbitos como la planificación, el marco regulador, la ordenación, defensa del consumidor, comunicación y promoción.

El objetivo de la asignatura es preparar al alumno en las políticas turísticas y planificación turística, capacitándole bien para prestar sus servicios en una Administración Pública Turística, bien para comprender su forma de actuar y su incidencia en el sector privado del turismo, facilitando la cooperación entre los sectores público y privado. Esta asignatura prepara además para el trabajo de consultoría turística.

El eje principal de la asignatura será el ejercicio grupal de elaboración de un plan de desarrollo turístico para un destino turístico de la Comunidad de Madrid, para el cual se realizará una visita al mismo.

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 1 (AD1): ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS

Actividad Dirigida (AD2): PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE UN DESTINO TURÍSTICO

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

Modalidad: Presencial, Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	25%
Trabajos grupales	25%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial, Semipresencial y A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

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

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.

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 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.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- FIGUEROLA, M. (1990). Teoría Económica del Turismo. Ed. Alianza Universidad Textos. Madrid.
- IVARS, J.A. (2003). Planificación turística de los espacios regionales en España. Alicante: Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Geografía.
- OMT. (1999). Agenda para Planificadores Locales: Turismo sostenible y Gestión Municipal. Madrid: OMT.
- OMT. (2001). Cooperación entre sectores público y privado. Madrid: OMT.
- OMT (2004). Indicators of sustainable development for tourism destinations. A guidebook. Madrid: OMT.
- RITCHIE, J.R. y CROUCH, G. (2003). The Competitive Destination. Ed. CABI Publishing. London.
- SANCHO, A., GARCIA, G., PEDRO, A. y YAGÜE, R. (2001). Auditoría de Sostenibilidad en los Destinos Turísticos. Ed. Instituto de Economía Internacional. Valencia.

- VERA, J.F., PALOMEQUE, F.L., MARCHENA, M.J. y ANTON, S. (2011) Análisis Territorial del turismo y Planificación de destinos turísticos. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- VELASCO GONZÁLEZ, M^a. (2004): La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004). Valencia. Cañada Blanch.

Bibliografía recomendada

- Gascón J., Morales S., Tresseras J. (Eds.). (2013) Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates. Foro de Turismo Responsable - Xarxa de Consum Solidari; COODTUR; Universitat Oberta de Catalunya - Laboratori del Nou Turisme; Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Alonso, M., Barcos, L., Martín, J.I. (2006), Gestión de la calidad de los procesos turísticos. Síntesis, Madrid.
- Goodwin, H. (2011). Taking responsibility for tourism. Oxford: Goodfellow Publishers
- Moutinho, L. (2011), Strategic management in Tourism. CABI, Oxford.

Otros recursos

- www.hosteltur.com
- www.smarttravelnews.com
- www.skift.com
- www.tnooz.com
- www.emoturismo.com

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	David Mora Gómez
Departamento	Turismo
Titulación académica	M.A.
Correo electrónico	dmora@nebrija.es / david@emoturismo.com
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>El profesor cuenta con larga experiencia en la elaboración de planes de desarrollo turístico para destinos de diferentes niveles territoriales (municipales, regionales, nacionales) y en diferentes países. Desde su incorporación en 1999 a la consultora turística “Consultur”, David Mora ha desempeñado diferentes puestos en varias empresas de consultoría turística, hasta que, en 2013 optó por continuar como consultor independiente.</p> <p>En cuanto a la docencia reglada, David Mora cuenta también con amplia experiencia en impartición de asignaturas relacionadas al sector turístico, tanto en grado como en posgrado, presencial y virtual.</p> <p>David Mora es graduado en turismo por la Universidad de Nebrija, y colabora como docente en nuestra Universidad desde el año 2013</p>
---	--