



Guía docente de la asignatura:

Aplicación del negocio online y redes sociales en la gestión de eventos, productos y destinos turísticos

Titulación: Máster Universitario en Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas (GDEIT)

CSV:	bYSXlgG4MWGOAUjEUeYDCeRU8	Fecha:	20/02/2019 15:00:52	
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.			
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E			
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/bYSXlgG4MWGOAUjEUeYDCeRU8	Página:	1/11	

1. Datos de la asignatura

Nombre	Aplicación del negocio online y redes sociales en la gestión de eventos, productos y destinos turísticos				
Materia*					
Módulo*	Profesional				
Código	208201023				
Titulación	Master Universitario en Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas (GDEIT)				
Plan de estudios	2017				
Centro	Facultad de Ciencias de la Empresa				
Tipo	Optativa				
Periodo lectivo	Cuatrimstral	Cuatrimstre	2	Curso	Primero
Idioma	Castellano				
ECTS	3	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	75

* Todos los términos marcados con un asterisco que aparecen en este documento están definidos en *Referencias para la actividad docente en la UPCT y Glosario de términos*:

<http://repositorio.bib.upct.es/dspace/bitstream/10317/3330/1/isbn8469531360.pdf>

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	Soledad María Martínez María-Dolores		
Departamento	Métodos Cuantitativos e Informáticos		
Área de conocimiento	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa		
Ubicación del despacho	327		
Teléfono	968325780	Fax	968325745
Correo electrónico	soledad.martinez@upct.es		
URL / WEB	http://metodos.upct.es		
Horario de atención / Tutorías	Según horario tablón y Web del departamento.		
Ubicación durante las tutorías	Despacho 327		

Titulación	Doctora Ciencias Económicas y Empresariales
Vinculación con la UPCT	Profesora Contratada Doctor
Año de ingreso en la UPCT	2000
Nº de quinquenios (si procede)	3
Líneas de investigación (si procede)	Herramientas informáticas para la empresa. Modelos con hoja de cálculo. Redes sociales y comercio electrónico relacionados con distintos sectores principalmente el turismo. Modelos de negocio online.
Nº de sexenios (si procede)	
Experiencia profesional (si procede)	Banca, asesoría de empresas, directora del dpto. de comercio internacional en empresa privada.
Otros temas de interés	

3. Descripción de la asignatura

3.1. Descripción general de la asignatura

La asignatura tiene como objetivo la aplicación de nuevas tecnologías de la información y comunicación a la gestión de empresas turísticas. Especialmente el posicionamiento de la empresa en las redes sociales, negocio on-line, sistemas de geolocalización y Apps turísticas.

3.2. Aportación de la asignatura al ejercicio profesional

El alumno conocerá el contexto del negocio online dentro del sector turístico y las posibilidades que para éste plantea la red. Por otro lado, aprenderá a manejar recursos en Internet para la movilización y atracción de su demanda potencial, contratación de productos on-line, y otras técnicas de negocio electrónico. También se incluirán algunas pautas a seguir para la correcta implantación de una estrategia de éxito, conseguir la fidelización de los clientes dentro de este tipo de mercado y mantener la reputación online. También se analizan las posibilidades del binomio Redes sociales y empresa y las herramientas a su disposición para realizar actividades de analítica que permiten la obtención de datos que midan la consecución de los objetivos empresariales previstos.

3.3. Relación con otras asignaturas del plan de estudios

El plan de estudios no incluye requisitos previos para cursar esta asignatura. Esta materia debe complementarse con las otras asignaturas obligatorias del Máster.

3.4. Incompatibilidades de la asignatura definidas en el plan de estudios

Ninguna.

3.5. Recomendaciones para cursar la asignatura

Se considera aconsejable haber cursado y aprobado la asignatura de Herramientas informáticas para la toma de decisiones en las EIT.

3.6. Medidas especiales previstas

Tal y como recoge el artículo 6 del Reglamento de las Pruebas de Evaluación de los Títulos Oficiales de Grado y de Máster con atribuciones profesionales de la UPCT, el Vicerrectorado correspondiente podrá establecer adaptaciones especiales en la metodología y el desarrollo de enseñanzas para los estudiantes que padezcan algún tipo de discapacidad o alguna limitación, a efectos de posibilitarles la continuación de los estudios.

El estudiante que, por sus circunstancias, pueda necesitar medidas especiales de este tipo, debe comunicárselo al profesor al principio del cuatrimestre.

Así mismo, los estudiantes extranjeros que puedan tener dificultades con el idioma deben comunicárselo al profesor.

4. Competencias y resultados del aprendizaje

4.1. Competencias básicas* del plan de estudios asociadas a la asignatura

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.

4.2. Competencias generales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CG1. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y poseer capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la empresa y el sector turísticos.

4.3. Competencias específicas* del plan de estudios asociadas a la asignatura

CE12. Conocer las actividades asociadas a la preparación de grandes eventos en el sector turístico, las implicaciones para el desarrollo local y regional que éstos comportan, junto a las oportunidades que se abren en este campo a la economía y las empresas turísticas locales y regionales.

CE13. Conocer el contexto del negocio online dentro del sector turístico y las posibilidades que para éste planea la red. Manejar recursos en Internet para la movilización y atracción de su demanda potencial, contratación de productos online, y otras técnicas de negocio electrónico.

CE23. Conocer las posibilidades del binomio Redes Sociales y empresa y las herramientas a su disposición para realizar actividades de analítica que permiten la obtención de datos que midan la consecución de los objetivos empresariales previstos.

4.4. Competencias transversales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CT4. Utilizar con solvencia los recursos de información

NIVEL 3: Seleccionar los recursos de información especializados para la realización de un trabajo académico concreto, utilizar y organizar la información, hacer un uso ético y legal de la misma y compartirla.

4.5. Resultados** del aprendizaje de la asignatura

1. Adquirir conocimientos genéricos del comercio electrónico, redes sociales y su aplicación al contexto del sector turístico.
2. Conocer los diferentes tipos y posibilidades que ofrece el comercio electrónico y el negocio electrónico en la empresa.
3. Razonamiento crítico y análisis de los datos obtenidos a través del análisis de webs y posicionamiento.
4. Posibilidades que se plantean con el uso de las redes sociales.
5. Manejar con destreza las herramientas informáticas planteadas.
6. Identificar los problemas, analizarlos y resolverlos adecuadamente mediante el uso de casos de toma de decisiones.

**** Véase también la *Guía de apoyo para la redacción, puesta en práctica y evaluación de los resultados del aprendizaje*, de ANECA:**

http://www.aneca.es/content/download/12765/158329/file/learningoutcomes_v02.pdf

5. Contenidos

5.1. Contenidos del plan de estudios asociados a la asignatura

Conocimientos genéricos del comercio electrónico, redes sociales y su aplicación al contexto del sector turístico. Posibilidades que ofrecen el comercio electrónico y el negocio electrónico en la empresa. Análisis de los datos obtenidos a través del análisis de webs y posicionamiento. Posibilidades que plantea el uso de las redes sociales. Herramientas informáticas y aplicaciones móviles necesarias.

5.2. Programa de teoría (unidades didácticas y temas)

1. El e-commerce en los servicios turísticos
2. Internet y Redes Sociales en el sector turístico
3. Estrategias para fidelizar clientes online
4. Analítica Web
5. Apps Turísticas y Accesorios para móviles. Geolocalización, realidad aumentada y códigos BIDI en el campo del turismo y del marketing

5.3. Programa de prácticas (nombre y descripción de cada práctica)

A través del aula virtual o sobre ordenador en el aula de informática, por ejemplo: Búsqueda de información, Auditorías de Webs, búsqueda y alta en Redes sociales, Análisis de indicadores, apps turísticas, etc. Seminario/s impartido por un profesional/es del sector sobre alguna de las áreas del temario propuesto.

Prevención de riesgos

La Universidad Politécnica de Cartagena considera como uno de sus principios básicos y objetivos fundamentales la promoción de la mejora continua de las condiciones de trabajo y estudio de toda la Comunidad Universitaria.

Este compromiso con la prevención y las responsabilidades que se derivan atañe a todos los niveles que integran la Universidad: órganos de gobierno, equipo de dirección, personal docente e investigador, personal de administración y servicios y estudiantes.

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la UPCT ha elaborado un "Manual de acogida al estudiante en materia de prevención de riesgos" que puedes encontrar en el Aula Virtual, y en el que encontrarás instrucciones y recomendaciones acerca de cómo actuar de forma correcta, desde el punto de vista de la prevención (seguridad, ergonomía, etc.), cuando desarrolles cualquier tipo de actividad en la Universidad. También encontrarás recomendaciones sobre cómo proceder en caso de emergencia o que se produzca algún incidente.

En especial, cuando realices prácticas docentes en laboratorios, talleres o trabajo de campo, debes seguir todas las instrucciones del profesorado, que es la persona responsable de tu seguridad y salud durante su realización. Consúltale todas las dudas que te surjan y no pongas en riesgo tu seguridad ni la de tus compañeros.

5.4. Programa de teoría en inglés (unidades didácticas y temas)

1. E-commerce in tourism services
2. Internet and Social Networks in the tourism sector
3. Strategies to promote loyalty online
4. Analytical Web
5. Tourism Apps and Accessories for mobiles. Geolocation, increased reality and codes

5.5. Objetivos del aprendizaje detallados por unidades didácticas

Unidad 1. Conocer y diferenciar las distintas tipologías de negocio.

Unidad 2. Conocer y distinguir entre las RRSS existentes, saber elegir cuál es la óptima en un plan de marketing para una determinada empresa turística.

Unidad 3. Desarrollo de una estrategia para vender por RRSS. Conocer métodos de posicionamiento y la terminología vigente en esta área.

Unidad 4. Conocer cómo medir el rendimiento de las estrategias planteadas en la anterior unidad.

Unidad 5. Conocer la terminología y las herramientas utilizadas en móviles y que se aplican al Sector turístico.

6. Metodología docente

6.1. Metodología docente*

Actividad*	Técnicas docentes	Trabajo del estudiante	Horas
Clase de teoría	Exposición, casos prácticos, trabajo en grupo, búsqueda de información en Internet. Realización de cuestionarios online.	<u>Presencial</u> : Escucha activa. Toma de apuntes. Planteamiento de dudas. Búsqueda de información. Resolución de casos prácticos	12
		<u>No presencial</u> : Lectura de bibliografía adicional, resolución cuestionarios online, búsqueda de información. Estudio de la materia	8
Clase de práctica/seminario Experto	Resolución casos, análisis de datos y búsquedas.	<u>Presencial</u> : Práctica sobre el ordenador. Planteamiento de dudas. Asistencia al seminario	8
		<u>No presencial</u> : Lectura de bibliografía, búsqueda de información. Estudio de la materia	8
Tutorías	Resolución de dudas sobre teoría, la resolución de casos prácticos y sobre los trabajos en grupo.	<u>Presencial</u> : Planteamiento de dudas en horario de tutorías	6
		<u>No presencial</u> : Planteamiento de dudas por medios electrónicos (email, rrrs...)	1
Trabajo individual o Trabajo fin de curso (TFC)	Realización de un trabajo bien sobre un genérico con toma de datos e investigación cuantitativa de los mismos o bien sobre la resolución de un caso propuesto.	<u>Presencial</u> :	
		<u>No presencial</u> : Elaboración definitiva del trabajo y preparación de la presentación	30
Exposición TFC/Exámenes	Presentación y defensa del trabajo elaborado o examen de cuestiones teórico y práctico o de resolución de un caso práctico.	<u>Presencial</u> : Presentación	2
		<u>No presencial</u> :	
		<u>Presencial</u> :	
		<u>No presencial</u> :	
		<u>Presencial</u> :	
		<u>No presencial</u> :	
		<u>Presencial</u> :	
		<u>No presencial</u> :	
		<u>Presencial</u> :	
		<u>No presencial</u> :	
			75

6.2. Resultados (4.5) / actividades formativas (6.1)

Resultados del aprendizaje (4.5)										
Actividades formativas (6.1)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Clase de teoría	X	X	X	X	X	X				
Clase de práctica	X		X	X	X	X				
Seminario experto	X	X	X		X	X				
Tutorías	X	X	X	X	X	X				
Trabajo fin de curso (TFC)	X	X	X	X	X	X				
Exposición TFC	X	X	X	X	X	X				

7. Metodología de evaluación

7.1. Metodología de evaluación*

Actividad	Tipo		Sistema y criterios de evaluación*	Peso (%)	Resultados (4.5) evaluados
	Sumativa*	Formativa*			
Evaluación de prácticas, visitas y seminarios			Resolución de casos/cuestionarios. Uso de herramientas diversas sobre comercio electrónico, sistemas de información, redes... Asistencia a los seminarios propuestos.	Entre 10 y 30%	1, 2, 3 4, 5, 6
Trabajo individual TFC: Trabajo Fin de Curso			Elaboración y realización del TFC. Se valora: complejidad, interés, innovación, aplicabilidad, etc. Análisis de datos y fuentes utilizadas.	Entre 30% y 50%	1, 2, 3, 4, 5,6
Asistencia y participación - Tutorías			Asistencia a consultas teórico-prácticas con el profesor	Entre 10 y 20%	1, 2, 3, 4, 5,6
Exposición y defensa de trabajos individuales y de grupo			Examen complementario: Exposición/resolución del TFC. Claridad de exposición y elaboración. Respuestas a las preguntas de expertos y/o profesor.	Entre 20 y 40%	1, 2, 3, 4, 5, 6

Tal como prevé el artículo 5.4 del *Reglamento de las pruebas de evaluación de los títulos oficiales de grado y de máster con atribuciones profesionales* de la UPCT, el estudiante en el que se den las circunstancias especiales recogidas en el Reglamento, y previa solicitud justificada al Departamento y admitida por este, tendrá derecho a una prueba global de evaluación. Esto no le exime de realizar los trabajos obligatorios que estén recogidos en la guía docente de la asignatura.

7.2. Mecanismos de control y seguimiento (opcional)

8 Bibliografía y recursos

8.1. Bibliografía básica*

“Cómo Preparar un plan de Social Media Marketing en un mundo que ya es 2.0” Pedro Rojas y María Redondo. Ed. Gestión 2000 Grupo Planeta

“El arte de medir: manual de analítica web” G. Muñoz y T. Elósegui. Ed. Profit 2011

8.2. Bibliografía complementaria*

“Analítica web 2.0: el arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente” Avinash Kaushik Ed. Gestión 2000, 2013

“El gran libro del community manager: técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media” Moreno Molina, Manuel Ed. Gestión 2000, 2014

“La Guía del community manager: estrategia, táctica y herramientas” Juan Carlos Mejía Llano. Ed. Anaya Multimedia, cop. 2013

8.3. Recursos en red y otros recursos

Dado el carácter de la asignatura se utilizarán muchos y diversos recursos en red: páginas web indicadas por el profesor, servicio de documentación de la UPCT y otros recursos informáticos de libre disposición elegidos por los alumnos/as.