

Experto en Innovación e Inteligencia Turística

El Programa tiene como objetivo principal contribuir a la mejora competitiva del sector turístico

Ante la nueva era del turismo a la que nos enfrentamos, que implica un cambio de modelo turístico hacia la innovación, se hace necesaria la formación especializada en innovación e inteligencia turística para que las empresas y profesionales de turismo pongan en marcha proyectos innovadores y sean actores principales en el desarrollo del sector turístico

La innovación es fundamental para que las empresas mejoren sus procesos, incrementen su competitividad y comercialicen de forma eficiente sus productos y servicios para así satisfacer las necesidades de los clientes, mejorando su experiencia y alcanzando mayores niveles de rentabilidad.

Por otro lado, la inteligencia está abriendo una infinidad de posibilidades para entender el comportamiento humano y para ayudar a identificar, de forma más certera, las oportunidades a los que se enfrenta una empresa para enfocar los procesos hacia un mayor rendimiento, con un nivel de adaptación más preciso, logrando así mejorar los resultados de los modelos de negocio que respaldan al turismo. En cuanto a los destinos, la infraestructura tecnológica y los modelos basados en inteligencia artificial

Contenidos

- Responsabilidad Social en turismo
- Diseño de proyectos tecnológicos y Big Data en Turismo
- Gestión de la innovación en Turismo
- Transformación digital
- Destinos turísticos inteligentes

Señas de Identidad

Para conocer de primera mano la realidad empresarial en la que se encuentra el sector, la Universidad Nebrija establece, en su programa, actividades basadas en el contacto directo con los mejores profesionales y las mejores empresas, gracias a ciclos de conferencias y foros.

Además, se presentarán las empresas e instituciones más importantes del sector, (mediante visita o presencialidad híbrida) como Viajes El Corte Inglés, NH Hoteles, Meliá Hoteles, OMT-Organización Mundial del Turismo y Restauración Hotelera de Madrid.



MODALIDAD

Online



IDIOMA

Español



FECHAS

De octubre a marzo



PRECIO

2.700 €



Plan de estudios

Experto en Innovación e Inteligencia Turística

ASIGNATURAS	ECTS	DESCRIPCIÓN	CONTENIDOS
Responsabilidad Social en turismo PROFESOR Ramón Fisac García Lecturer in Management. Sustainability consultant	6	<p>La asignatura aborda los principios fundamentales de la sostenibilidad y su relación con el sistema turístico. Hace hincapié en la aplicación de una metodología de trabajo en el entorno de las organizaciones y los procesos relacionados con la Responsabilidad Social y la sostenibilidad. Por otro lado, destaca la importancia de la evaluación de los impactos sociales, medioambientales y económicos que genera la actividad turística en los destinos. Asimismo, se enfatizará en el papel que deben desempeñar las empresas turísticas en la aplicación de procesos innovadores para la gestión de los impactos que su actividad genera sobre los consumidores, empleados, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo sostenible y su evolución • Conceptos fundamentales de la RSC en la Política de Empresa • Integración estratégica: nuevas ventajas competitivas intangibles • Gestión estratégica de los Grupos de Interés • Ética y dirección por valores • Gobierno de la cultura organizacional • Gestión responsable de la cadena de valor y economía circular • Gobierno Corporativo y Rendición de cuentas • Comunicación empresarial y Reputación Corporativa • Métodos de análisis en el entorno de las organizaciones y nuevos procesos relacionados con la RSC y la sostenibilidad • Innovación y economía social • Áreas clave de la RSC en la empresa: económica, medioambiental y social.
Diseño de proyectos tecnológicos y Big Data en Turismo PROFESOR Eva Hurtado Rodrigo Senior Economist Advanced Data Analyst & Machine Learning Tourism Expert	6	<p>En esta asignatura se plantea el desarrollo de proyectos tecnológicos de forma eficiente que favorezcan la competitividad y productividad en los resultados a través de la gestión y explotación de grandes volúmenes de datos (Big Data). El diseño de dichas soluciones, eminentemente, tecnológicas se realizará tomando como referencia los objetivos de negocio o de investigación planteados. En este contexto, los macrodatos de la actividad turística, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, permitirán el establecimiento de los requisitos tecnológicos adecuados a cada caso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Soluciones tecnológicas que favorezcan la competitividad y la productividad en los resultados. • Familiarizar al alumno con las características propias de una solución informática aplicada al sector turístico para poder identificar sus elementos. • Formular los requisitos necesarios para el diseño de soluciones tecnológicas para la explotación de los datos. • Entender y evaluar las alternativas tecnológicas existentes y conocer las opciones existentes en el mercado actual y futuro. • Analizar la industria turística a través de herramientas del Big Data. • Identificar las nuevas oportunidades de negocio derivadas del Big Data. • El Big data y los procesos de planificación estratégica de los destinos turísticos.
Gestión de la innovación en Turismo PROFESOR Leslie Bravo Chew Directora del Máster en Empresas y Destinos Turísticos en la Universidad Nebrija Professor & Researcher (Tourism)	4	<p>Con la finalidad de aprovechar las oportunidades que surgen de las nuevas tendencias de mercado y saber desarrollar nuevos modelos disruptivos en turismo, es necesario profundizar en el concepto de innovación, identificar las herramientas clave para innovar y evaluar el impacto de la implementación de soluciones innovadoras en las distintas áreas de una organización. Bajo este contexto, se podrán definir, planificar y ejecutar las estrategias idóneas para crear ventajas competitivas encaminadas a mejorar la rentabilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de los diferentes métodos de gestión de la innovación en procesos, productos y servicios y en áreas específicas de la cadena de valor turística • Conocer los diferentes modelos de innovación en turismo como el intraemprendimiento, etc. • Aplicar las herramientas adecuadas para ejecutar los procesos de innovación empresarial • Identificar las necesidades de innovación en cada área, planificar y ejecutar el proceso de implantación.
Transformación digital PROFESOR Francisco Javier Navarro Meneses Director MBA Tourism Management Professor & Researcher (Tourism) Senior Business Executive	4	<p>Siendo el turismo un sector en el cual la digitalización está impactando considerablemente y cuyo entorno cambia a gran velocidad, esta asignatura está enfocada a que el alumno se capaz de identificar las tecnologías más utilizadas para acometer el proceso de transformación al que se enfrentan las empresas y organizaciones. El conocimiento de esas tecnologías permite aplicar las herramientas adecuadas para explorar nuevos modelos de negocio, mejorar procesos internos, generar mayor eficiencia y aportar soluciones competitivas, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las tecnologías más utilizadas en la transformación digital • Saber aplicar las metodologías enfocadas a mejorar los procesos de digitalización de la organización • Identificar las últimas tendencias digitales • Evaluar el impacto de la transformación digital en los procesos y en la cadena de valor
Destinos turísticos inteligentes PROFESOR Francisco Femenia - Serra PhD. Lecturer at Nebrija University	4	<p>El contexto tecnológico e innovador en el que se encuentra inmerso el mundo y, en particular, el turismo, ha generado una nueva forma de definir un destino turístico basado en un sistema inteligente y en una infraestructura tecnológica innovadora. La asignatura pretende abordar las características comunes de los destinos turísticos inteligentes y los cuatro ejes en los que se basa la conversión de estos destinos. La base de esos conocimientos ayudará a entender la metodología de diagnóstico de un destino, basado en un sistema de indicadores, y las soluciones y planes de acción que se generan para facilitar la relación entre los agentes implicados en el destino.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de destino turístico inteligente y características • Conocer los cuatro ejes en los que se basa la conversión de los DTI • Conocer y aplicar la metodología de diagnóstico de un destino turístico • Saber analizar los indicadores clave la gestión turística en los destinos • Saber plantear soluciones y planes de acción para alcanzar configurar un DTI

Total créditos ECTS **24**