

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Expert Universitari
Nombre de crèdits	15,00 Crèdits ECTS
Matrícula	450 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Aquest pla de formació està destinat a tota mena de professionals amb titulació universitària del sector turístic, incloses les àrees de direcció, tecnologia, comercial i màrqueting, gestors de l'administració pública responsables de turisme, i emprenedors que treballen o volen entrar en la indústria turística.
Modalitat	On-line
Lloc d'impartició	Aula Virtual Universitat de Valencia
Horari	Online

Direcció

Organitzador	Departament d'Economia Aplicada
Col·laborador	Turisme Comunitat Valenciana. Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas-INVAT·TUR
Direcció	José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València José Manuel Pavía Miralles Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València Rosa Mari Roig Berenguer Ayudante/a Doctor/a. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 27/01/2023
Data inici	Febrer 2023
Data fi	Maig 2023

Més informació

Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

PROGRAMA

Política Turística per a la Societat 5.0

És la primera assignatura que correspon al primer mòdul, i el material didàctic es publicarà a l'inici del curs al gener de 2023.

1. Les preferències dels turistes en la societat intel·ligent
2. La digitalització turística, més enllà de la creació d'una web.
3. La política turística com a instrument de promoció, innovació i coordinació de destinacions turístiques
4. Les dimensions territorials de la política turística

Dades, matèria primera del turisme 5.0

És la segona assignatura, que correspon al segon mòdul, i el material didàctic es publicarà als alumnes a mitjan febrer de 2023.

1. Fonaments de l'anàlisi de dades
2. Fonts d'informació tradicionals
3. Nous nínxols d'informació
4. Data mining i intel·ligència artificial

Màrqueting Turístic

És la tercera assignatura, que correspon al tercer mòdul, i el material didàctic es publicarà als alumnes a principis de març de 2023.

1. Màrqueting experiencial en turisme
2. Neurociència aplicada turisme
3. Eines d'anàlisi neurocientífica en turisme
4. Estratègies de turisme basades a millorar l'experiència turística

PROFESSORAT

José Manuel Ausín Azofra

Técnico en Marketing

Miguel Angel Ballester Granell

Investigador del departamento de economía aplicada de la Facultad de Economía.

José Enrique Bigné Alcañiz

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Priscila Espinosa Adamez

Investigadora del Departamento de Economía Aplicada de la Facultad de Economía

Ángel García Ortiz

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Josep Lledó Benito

Ayudante/a Doctor/a. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

José Manuel Pavía Miralles

Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Rosa Mari Roig Berenguer

Ayudante/a Doctor/a. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

María Carmen Torrecilla Moreno

Técnica en marketing e investigadora del Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio.

Marío Elias Villar García

Director d'Intel·ligència Turística de Turisme de la Comunitat Valenciana

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Les eixides professionals inclouen:

- 1) Direcció d'empreses turístiques, que requereixen de persones amb la capacitat per a adoptar i elaborar estratègies de digitalització.
- 2) Direcció de la gestió pública en matèria turística, que requereix de persones amb habilitats per a elaborar i implementar un pla de digitalització de destinacions turístiques.
- 3) Direcció de màrqueting turístic en el món digital tant en el sector privat com en el públic.
- 4) Consultoria en el sector turístic en posseir les habilitats necessàries per a assessorar i elaborar un pla estratègic de treball per a la digitalització de l'entitat pública o privada.

Al llarg d'aquest curs s'espera dotar de les habilitats necessàries a l'alumnat perquè puguin elaborar plans estratègics de digitalització del sector turístic, creant talent per a cobrir la demanda actual d'experts en aquest camp.

El curs combina la base teòrica amb una base pràctica a través d'estudis de cas, que permeten conèixer la nova relació dels turistes amb el destí, i les oportunitats que trauen el cap per a les destinacions turístiques. L'ús d'aquesta informació amb un marc teòric precís obri les portes a la transformació del sector, i la seua adaptació als nous temps. Les dades són clau per a elaborar estratègies que aporten valor afegit al turista, millorant la seua experiència a través del procés de personalització de serveis, itineraris, preus o un paquet adaptat a les característiques i preferències del client.

El lideratge de l'administració pública és fonamental per a executar aquest canvi amb èxit, aportant recursos, promovent el turisme com a motor de desenvolupament socioeconòmic, fomentant la cooperació interactiva entre els diferents agents econòmics i socials, solucionant els problemes del model actual de turisme, i revertint el seu benestar sobre el conjunt de la societat en llaures a caminar cap a una societat inclusiva i sostenible, que complisca amb els ODS de l'Agenda 2030 de l'ONU. La política turística és una eina pública per a crear ecosistemes d'innovació orientats a accelerar la recuperació del turisme des de la qualitat i la sostenibilitat.

En concret, el curs dotarà a l'estudiant de la següent capacitat:

- 1) Dissenyar, elaborar i implementar un pla estratègic de digitalització;
- 2) Aplicar els coneixements adquirits en entorns canviants;

- 3) Desenvolupar la capacitat resolutiva de problemes en entorns plens d'incertesa, com la crisi pandèmica de la Covid-19;
- 4) Seleccionar les fonts d'informació i les dades rellevants per a la resolució de problemes tant en nínxols tradicionals com els nous (intel·ligència artificial, etc.);
- 5) Desxifrar les noves preferències dels turistes, i plantejar solucions personalitzades;
- 6) Configurar una estratègia de màrqueting digital, que ajude a crear una marca, una comunitat de clients i fidelitzar a aquests.
- 7) Comunicar les seues conclusions i coneixements amb un discurs clar i sense ambigüitats basat en dades empíriques, tant per a públics especialitzats com generals;
- 8) Treballar de manera en línia en equip, i en autonomia.
- 9) Ser original en el desenvolupament de les idees i propostes polítiques.

METODOLOGÍA

La metodologia d'estudi consistirà a prendre com a referència de treball el material didàctic que publicarà el professorat. A partir d'ací, l'alumne tindrà com a element de desenvolupament de la matèria l'Aula Virtual de l'assignatura, on se li faran constar els manuals i estudis complementaris, el Fòrum de Debat on els professors del mòdul aniran fent aportacions per a complementar la matèria i l'apartat de Tutories de l'Aula Virtual on podran consultar directament amb els professors els possibles dubtes que pogueren tindre.