

## DADES GENERALS

<b>Curs acadèmic</b>	Curs 2024/2025
<b>Tipus de curs</b>	Expert Universitari
<b>Nombre de crèdits</b>	15,00 Crèdits ECTS
<b>Matrícula</b>	510 euros (import preu públic)
<b>Requisits d'accés</b>	Este pla de formació està destinat a tota mena de professionals titulats 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.
<b>Modalitat</b>	On-line
<b>Lloc d'impartició</b>	Aula virtual
<b>Horari</b>	
<b>Direcció</b>	
<b>Organitzador</b>	Departament d'Economia Aplicada
<b>Col·laborador</b>	Invat.tur
<b>Direcció</b>	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

<b>Preinscripció al curs</b>	Fins a 16/12/24
<b>Data inici</b>	Gener 25
<b>Data fi</b>	Abril 25
<b>Més informació</b>	
<b>Telèfon</b>	961 603 000
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:informacio@adeituv.es">informacio@adeituv.es</a>

## PROGRAMA

## Política Turística per a la Societat 5.0

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

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

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

## PROFESSORAT

José Manuel Ausín Azofra

Universitat Politècnica de València

**Miguel Angel Ballester Granell**

Sustituto/a. Departament d'Anàlisi Econòmica. Universitat de València

**José Enrique Bigné Alcañiz**

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

**Priscila Espinosa Adamez**

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

**Ángel García Ortiz**

Profesor Titular. Florida Universitaria

**Josep Lledó Benito**

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

**Ricardo Millet Meseguer**

Director de inteligencia y digitalización. Visit 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.

## 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'este curs s'espera dotar de les habilitats necessàries a l'alumnat perquè puguen elaborar plans estratègics de digitalització del sector turístic, creant talent per a cobrir la demanda actual d'experts en este 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'esta 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 servicis, itineraris, preus o un paquet adaptat a les característiques i preferències del client.

El lideratge de l'administració pública és fonamental per a executar este 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, solucionat els problemes del model actual de turisme, i revertint el seu benestar sobre el conjunt de la societat en llures 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 ferramenta pública per a crear ecosistemes d'innovació orientats a accelerar la recuperació del turisme des de la qualitat i la sostenibilitat.

En concret, al final del curs es preveu que l'estudiant haja adquirit la capacitat per a:

- 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 estos;

- 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 mode 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.