

# Marketing Digital y E-Commerce Turístico (ON LINE)

**9ª Edición**

**Código:** 180504

**Tipología:** Máster

**Créditos:** 60.00

**Idioma:** Español

**Fecha de inicio:** 15/10/2018

**Fecha de finalización:** 30/06/2019

**Horario:** ON LINE

**Lugar de realización:** ON LINE

**Plazas:** 40

## Precios y descuentos

**Precio:** 3.500 €

## Razones para hacer el curso

- Metodología de aprendizaje reforzando los conocimientos académicos a través del desarrollo de las habilidades y competencias.
- Equipo de profesores, colaboradores y directrices con una amplia experiencia en márketing y e-commerce dentro del sector turístico.
- Innovación, nuevas tecnologías y estrategias aplicadas al departamento de marketing de las empresas turísticas.
- Complementar los estudios universitarios teóricos con una formación más práctica y próxima a la realidad del sector profesional.
- Perfeccionar el desarrollo profesional realizando una especialización, y para ayudar a la inserción laboral.
- Ampliar los contactos personales y extender la red de relaciones con compañeros y profesores, todos ellos profesionales en activo.

## Prácticas externas

El alumno del máster puede realizar prácticas extracurriculares en empresas de manera voluntaria y optativa. Se deberán cursar durante el período lectivo del máster.

## Presentación

El Máster en Marketing Digital y E-commerce Turístico se centra en las últimas tendencias de marketing digital y en las claves para una promoción y venta exitosas en la industria del turismo.

Este máster dota a los alumnos de los conocimientos de marketing digital turístico y e-commerce necesarios para desarrollar una estrategia de marketing y ventas eficaz en cualquier tipo de alojamiento turístico. En las áreas de marketing digital y e-commerce, las empresas necesitan aumentar la visibilidad y notoriedad de sus webs, mejorar el posicionamiento, optimizar la presencia en redes sociales y gestionar el comercio electrónico para asegurarse el éxito en el mercado.

## Objetivos

- Adquirir los conocimientos específicos e innovadores en el ámbito turístico.
- Incrementar las ventas.
- Asimilar de manera práctica las últimas tendencias para la gestión profesional de las ventas.
- Herramientas clave.
- Conocer en profundidad las herramientas clave del marketing digital y e-commerce turístico.
- Plan estratégico.
- Desarrollar un plan estratégico de empresa identificando y evaluando las nuevas herramientas del e-commerce.

## Salidas profesionales

- Director de marketing y ventas
- Director o subdirector de hotel
- Consultor turístico
- Emprendedor

## A quien va dirigido

A estudiantes que quieren desarrollar su carrera profesional en el ámbito del E-Commerce y del Márketing Turístico, y en especial, a aquellos que quieren trabajar en los departamentos de las empresas turísticas donde las nuevas tecnologías juegan un papel clave para la comercialización de sus productos y servicios.

## Requisitos de admisión

- Título universitario oficial.
- Si la titulación oficial no es de España, será necesario su legalización y la traducción jurada.
- En caso de no tener una titulación oficial, se deberá presentar el documento de los últimos estudios oficiales realizados.

## Plan de estudios

### Introducción al Márketing Turístico Digital

Se analiza la situación actual del marketing dentro de las empresas turísticas y cuáles son los métodos usados ??en diversas estrategias digitales para garantizar una mejora de la competitividad y rentabilidad.

---

### Posicionamiento y Venta Online

Se pretende dar la capacidad al alumno para desarrollar estrategias y tácticas de marketing en los principales canales digitales existentes para la promoción de un producto o servicio. Se trabajarán los conceptos básicos de SEO y SEM y sus principales herramientas. También se analizan los hábitos de consumo digitalizados y los principales canales de comercialización en línea en el sector hotelero / turístico.

---

### Social Media & Online Reputation

Las redes sociales son claves en cualquier estrategia de marketing digital y ecommerce que quiera llegar al consumidor final. Esta asignatura pretende dar al alumno los conocimientos imprescindibles y herramientas necesarias para poder desarrollar un plan de marketing para la redes sociales.

---

## Customer Experience

Tomar conciencia de la importancia de conocer a nuestros interlocutores con el objetivo de diseñar y, posteriormente, trasladar la mejor Experiencia de Cliente. Conocer el conjunto de aspectos que conforman la percepción de la Experiencia de Cliente en cualquier interacción comercial con una marca comercial, en general, y con una marca turística, en particular.

---

## Otras estrategias del Márketing Turístico

Los cambios tecnológicos experimentados por las empresas turísticas en aquellos aspectos vinculados a los canales de intermediación, la distribución y la comercialización, y los nuevos modelos de negocio basándose entornos 2.0, han consolidado un nuevo escenario. En este contexto, el alumno debe ser capaz de hacer el análisis de los diferentes modelos de marketing y la identificación de las tendencias, que impactarán en el sector turístico a corto-medio plazo, para trazar nuevas estrategias.

---

## Nuevas tendencias del Márketing

Se analizarán las nuevas tendencias del marketing digital y como son aplicadas y adaptadas al marketing turístico.

---

## Web Development & Ecommerce Turístico

En las áreas de Marketing Digital y e-Commerce, las empresas necesitan aumentar la visibilidad y notoriedad de sus webs. Por eso es importante enseñar a los alumnos cómo desarrollar una web e-commerce que cumpla con todos los requisitos que actualmente demanda el sector turístico.

---

## Inbound Márketing

Conocer las estrategias que son clave para atraer clientes con contenido útil y relevante y añadir valor a cada una de las etapas del recorrido del comprador. Con las estrategias de Inbound Marketing, los clientes potenciales encuentran tu empresa a través de diferentes canales como blogs, motores de búsqueda y redes.

---

## Márketing Analytics

Se focaliza en las diversas técnicas y herramientas analíticas que existen, sobre todo centrándose en Google Analytics como principal herramienta. El alumno aprenderá a medir e interpretar datos, así como analizar informes para tomar las decisiones correctas y propuestas de mejora.

---

## Revenue Management

Entender los conceptos y estrategias de Revenue Management y sus Key Performance Indicators. El alumno será capaz de revisar el histórico de una empresa y elaborar informes sobre el pasado, así como de entender cómo están evolucionando los ingresos a futuro de una empresa y elaborar diferentes estrategias de pricing en diferentes industrias (hoteles, aerolíneas, restaurantes, ..)

---

## Leadership & Communication Skills

Desarrollar las habilidades principales para construir equipos de alta capacidad, movilizar personas, guiar y dirigir los demás y comprender su comportamiento, establecer el tono de la organización y gestionar y resolver conflictos.

---

## Trabajo Final de Máster

---

# Titulación

Máster en Marketing Digital y E-Commerce Turístico por la Universitat de Girona\*

\* No incluye la tasa de expedición del título

## Metodología

Exposición teórica de cada tema con distribución del material didáctico adecuado a la asignatura a través de la intranet de Euroaula. El alumno recibirá un dossier para cada asignatura con los contenidos teóricos y deberá leerlo en el plazo establecido. En cada asignatura se programan tareas obligatorias para resolver donde el alumno demuestra que ha asimilado el contenido. En todo momento el profesor de cada asignatura está disponible a través del e-mail para resolver las dudas.

También se analizarán casos reales que el alumno deberá resolver de manera individual. Todo el material didáctico distribuido a los alumnos será de obligada lectura.

## Sistema evaluación

1. La participación activa en los foros creados dentro de cada asignatura por parte del alumno son obligatorios. El alumno debe demostrar que ha aprendido las competencias deseadas con la resolución de los casos prácticos y ejercicios, formulando preguntas de interés en los foros y aulas virtuales, que permitan al profesor añadir valor en sus explicaciones.
2. Realización de casos prácticos individuales y búsqueda de información.
3. Realización de pruebas parciales escritas y de un examen final via Classlife (intranet).

## Cuadro docente

### Dirección

**Ivonne Arenas Abellà**

Licenciada en ADE por ESDE (2009). Directora de Marketing y Académica y profesora con más de 10 años de experiencia.

---

### Coordinación

**Pilar Gómez Martín**

Diplomada en Ciencias de la Educación. Coordina másteres y postgrados desde hace 15 años.

---

### Profesorado

**Marc Alemany**

Profesor en la Universidad de Girona y UOC, Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Ramon Llull y Postgrado en Marketing en la Universidad Pompeu Fabra.

---

**Xavier Ares**

Consultor senior de recursos humanos en la Comisión Europea. Licenciado en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra, 1998.

---

**Jordi Bou**

Director de Revenue en el Cotton House Hotel, Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Barcelona y la Pompeu Fabra en 2002.

---

**Oriol Colominas**

Director de Social Media al Diari ARA. Licenciado en Periodismo por la Universitat Pompeu Fabra (2009).

---

**Rafael de Jorge**

Director de Marketing e Innovación en OnaHotels, Coordinador de másteres universitarios a Seeway. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por ESERP (2004) y Máster en Marketing OnLine Universidad de Barcelona (2007).

---

**Josep Miracle**

Máster en Dirección y Gestión de Empresas (MBA), ESADE, 2003. Licenciado en Ciencias de la Comunicación, UAB, 1994.

---

**Adrià Morera**

Digital Marketing Manager en OnaHotels, Licenciado en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona (2005). INSA Master`s Degree in Comunicación Empresarial (2007).

---

**Maria del Mar Pardo**

Consultora de Marketing Digital en OptimoClick. Licenciada en Ingeniería Técnica Informática en la Universidad Abad Oliva (2010), Master en Marketing Digital en la Universidad Abad Oliva (2013).

---

**Jennifer Rojas**

ECommerce Manager en Acta Hotels. Diplomada en Turismo por la Universitat de Barcelona (2005).

---

\*La dirección se reserva el derecho de modificar el equipo docente, si fuera necesario, para garantizar el nivel de calidad y categoría profesional.

## Entidades promotoras

Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació



Escola Universitaria de Turisme Euroaula



# Marketing Digital y E-Commerce Turístico (ON LINE)

**Inicio curso:** 15/10/2018

**Fin curso:** 30/06/2019

**Fecha cierre acta evaluación:** 15/07/2019

---

## Calendario

<b>Fecha</b>	<b>Lugar</b>	<b>Inicio mañana</b>	<b>Fin mañana</b>	<b>Inicio tarde</b>	<b>Fin tarde</b>
--------------	--------------	----------------------	-------------------	---------------------	------------------

---