

# Revenue Management y Marketing Digital (febrero)

**2ª Edición**

**Código:** 180514

**Tipología:** Máster

**Créditos:** 60.00

**Idioma:** Español

**Fecha de inicio:** 22/02/2019

**Fecha última sesión presencial:** 18/01/2020

**Fecha de finalización:** 30/01/2021

**Horario:** Viernes de 16 a 22 h y sábados de 9 a 15 h

**Lugar de realización:** Escola Universitària de Turisme Euroaula

**Plazas:** 25

## Precios y descuentos

**Precio:** 6.170 €

## Razones para hacer el curso

Conocer en profundidad las herramientas clave del marketing digital y el revenue management habilita a nuestros estudiantes para trabajar de manera transversal y orientarse a la comercialización de promociones turísticas (marketing) y a su optimización (revenue). La clave es aprender a sensibilizar para atraer.

Nuestros estudiantes aprenden además cuáles son las claves para motivar a los usuarios de servicios turísticos, cómo proyectar para convencer con naturalidad, y adquieren una comprensión profunda y detallada de las variables informativas y emocionales que se emplean para convencer al cliente.

## Presentación

Los profesionales del sector turístico necesitan especializarse en nuevos modelos de gestión. Cada vez más, los hoteles y otras empresas turísticas como aerolíneas y agencias de viajes reclaman perfiles de managers expertos en revenue y marketing que les ayuden a maximizar sus ingresos. Este máster se focaliza en dotar a los alumnos de las herramientas de marketing digital y de revenue necesarias para desarrollar estrategias más eficaces en esa línea.

El revenue management y el marketing se han convertido en herramientas indispensables para la gestión diaria. La incertidumbre económica, las variaciones en la demanda hotelera, la disminución de precios y el aumento de canales de venta, entre otras causas, crean la necesidad en los hoteles de disponer de una estrategia de marketing y de revenue management sólida que evite la pérdida de oportunidades de venta.

En este máster nuestros alumnos adquieren las habilidades necesarias para dar respuesta a esas necesidades. Aprenden a entender, a

anticiparse, a comprender el comportamiento de la demanda; a maximizar los beneficios y optimizar de forma continua tanto productos como servicios.

## Objetivos

- Obtener una visión del marketing digital y del revenue management desde la perspectiva de dirección de negocio.
- Fomentar la cultura del marketing y el revenue management como elemento indispensable en la gestión turística.
- Comprender los procedimientos, tácticas y estrategias del revenue management de los modelos y valores añadidos y aplicarlos a la realidad de la gestión turística.
- Gestionar y prever de forma adecuada la demanda.
- Gestionar de forma equilibrada la comercialización y la distribución en los distintos canales de venta: canal directo vs. canales intermediarios.
- Hacer frente a las necesidades de la empresa turística actual, y especialmente de las empresas hoteleras y agencias de viajes.
- Gestionar las nuevas estrategias del marketing en las diferentes empresas turísticas.
- Diseñar un plan de marketing específico de la empresa turística para mejorar su competitividad.

## Salidas profesionales

- Director de marketing
- Director de revenue management
- Director o subdirector de hotel
- Consultor turístico
- Consultor especializado en revenue management
- Consultor especializado en marketing digital turístico
- Emprendedor

## A quien va dirigido

- A estudiantes que quieren desarrollar su carrera profesional en el ámbito del Marketing Turístico y del Revenue Management, 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.
- A profesionales con experiencia que quieran acceder al sector turístico, y especializarse en el Revenue Management.
- A licenciados, diplomados y graduados que quieran orientar su perfil hacia la gestión de los ingresos en empresas turísticas.

## Requisitos de admisión

- Titulación universitaria en: Turismo, TEAT s, Económicas, Administración y Dirección de Empresas, carreras de Ciencias Sociales.
- Profesionales de todos los sectores de la economía que deseen encarar su futuro profesional dentro del ámbito de las empresas turísticas.
- Documentación adicional: currículum vitae y carta de motivación.

## Plan de estudios

### Introducción al marketing digital turístico

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 Marketing 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 tendrán un impacto en el sector turístico a corto-medio plazo, para trazar nuevas estrategias.

---

## Nuevas tendencias del Marketing

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

---

## Fundamentos del Revenue Management

Se trabajan los principales conceptos como qué es el Revenue Management, el Benchmarking, la distribución online, el pricing y la gestión de costes.

---

## Optimización de la capacidad y Overbooking

Es importante para poder optimizar la capacidad del establecimiento, gestionando los flujos de demanda, conociendo las herramientas y técnicas para potenciar o frenar la entrada de reservas pudiendo tomar decisiones y establecer la estrategia adecuada en el momento preciso.

---

## La importancia del forecasting en Revenue Management

El "forecast" es la columna vertebral sobre la base de la cual se desarrollan las diversas técnicas de Revenue Management. Un buen forecast es el primer paso a realizar en su establecimiento si quiere desarrollar en el mismo, técnicas de Revenue Management.

---

## Diferenciación de Producto y Aplicaciones del RM

Los alumnos aprenderán a aplicar las diferentes estrategias de diferenciación de producto para predecir la demanda de clientes en tiempo real, al nivel de micromercado y optimizar el precio y la disponibilidad de productos en el sector turístico.

---

## Herramientas del Revenue Management

Se estudiarán las técnicas de venta del producto o servicio más adecuado al cliente, en el momento más adecuado, con el precio más adecuado y mediante el canal más adecuado para la venta. Para ello, se hace uso de diferentes herramientas de análisis e investigación para que a la luz de los datos extraídos, se tomen decisiones para poder optimizar al máximo las ventas y con ello poder obtener el mayor beneficio posible, como son el Forecasting y las funciones analíticas.

---

## Trabajo Final de Máster

---

# Titulación

Máster en Revenue Management y Marketing Digital 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. En algunos casos el alumno recibirá un dossier con los capítulos de las asignaturas y se deberán leer antes de que se realice la clase teórica.

Se realizan clases activas mediante el análisis de casos reales tanto nacionales como internacionales. En la parte teórica y de exposición de casos reales, los alumnos tendrán participación activa. Una vez expuesto la parte teórica se realizará una práctica relacionada con la teoría. Las prácticas pueden ser tanto individuales como en grupo.

Todo el material didáctico distribuido a los alumnos será de obligada lectura.

## Sistema evaluación

1. La asistencia a clase por parte del alumno es necesaria ya que si no el alumno no podrá seguir la programación de manera eficiente.
2. La participación activa en clase es necesaria por parte del alumno para alcanzar las competencias que se adquirirán con la resolución de los casos prácticos, ejercicios, etc, y formulando preguntas de interés, que permitan al profesor añadir valor en sus explicaciones.
3. Realización de casos prácticos individuales y búsqueda de información.
4. Realización de casos prácticos en grupos, y valorar la coordinación del equipo con un mismo objetivo.
5. Realización de pruebas parciales escritas y de un examen final.
6. Utilización de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso, en el proyecto del Plan de Negocios.

El trabajo final del máster se basa en la creación y desarrollo de un plan de acción para crear e implementar el departamento de Revenue Management en una empresa turística. El trabajo se presentará ante un tribunal formado por tres profesores del programa, que son los encargados de hacer la evaluación. Este proyecto debe contar con todos los apartados que forman un trabajo de este tipo. En este proyecto final de estudios se valora los contenidos y si el alumno ha alcanzado las competencias.

## Cuadro docente

### Dirección

**Antoni Camí Becker**

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Barcelona. Director General de Euroaula y profesor con más de 15 años de experiencia en el sector del Marketing y Ventas.

---

### Coordinación

**Pilar Gómez Martín**

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

---

### Profesorado

**Oriol Colominas**

Director de Social Media en el 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).

---

### **Albert Galán**

Director General de ACTA HOTELES desde 2010; Ingeniero Técnico de Telecomunicaciones de la UPC (2005).

---

### **Fran Marce**

General manager del Hotel Mimic (Cadena Acta Hoteles) desde 2013. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Barcelona. Máster en Dirección de Hoteles por la Universidad de Alicante. Máster en Dirección en Empresas Hoteleras y Dirección hotelera por la Universidad Ramon Llull.

---

### **Josep Miracle**

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

---

### **Javier Varela**

Revenue and Data Analyst en Acta Hoteles. Graduado en Turismo a Euroaula (2015) .PDP (Professional Development Program) Certificate in Hotel Revenue Management miedo SC Johnson College of Business, Cornell University, NY (2016) .Máster en Revenue Management por Insa, Business, Marketing and Communication School, Barcelona (2016).

---

### **Berta Vilardell**

Senior account manager en Booking.com, directora de ventas y marketing a TuRevenue.com, licenciada en Hotel Management por la Escuela Universitaria de Hostelería y Turismo de Sant Pol (2000), Máster en Turismo en Esade (2001), Postgrado en Marketing Estratégico al ESIC (2012).

---

\*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



