

MÁSTER EN INTELIGENCIA TURÍSTICA: GESTIÓN Y COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

Título Propio Conjunto de Posgrado (60 ECTS)

UNIVERSITAT DE LLEIDA
NEXT INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL



NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional

Dirección del Máster: Universitat de Lleida y Next IBS

Coordinación: Next IBS

Modalidad: Presencial/Executive

Duración: 60 créditos ECTS (un año académico)

Obtención del título: Doble titulación: título propio de Máster de la Universitat de Lleida (España) y de Next International Business School

Lugar de impartición: Madrid (España)

Profesorado: profesores universitarios, profesionales del sector turístico, profesionales de empresas tecnológicas y de internet, y responsables y trabajadores de administraciones públicas y de organismos internacionales relacionados con el turismo

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA

El Máster en **Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional** es una apuesta para formar un profesional del turismo, capaz de convertir en una oportunidad estratégica la elaboración, el análisis, la disponibilidad y el acceso a la información turística masiva.

El Big DATA turístico se convierte, así, en un nuevo y potente instrumento de desarrollo del turismo que debe ser aprovechado.

En un mundo globalizado, la gestión y competitividad turística internacional se sitúa como una prioridad que se debe abordar inmediatamente. Y la inteligencia turística puede desempeñar un papel protagonista en este proceso.

JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA

El **turismo** se ha convertido en una de las grandes industrias que sustentan la economía mundial. Las últimas cifras conocidas así lo atestiguan: durante el año 2014 el número de turistas internacionales se acercó según la OMT (2015) a los 1.185 millones, a los que habría que sumar los casi 2.500 millones de turistas que realizaron viajes dentro de su propio país. Por su parte, el World Travel and Tourism Council estima que el valor de los ingresos generados directos e indirectos por el turismo interno e internacional en el conjunto del mundo fueron en el 2014 de 7,6 billones de \$ (7,6 *trillion US\$*), que equivalen al 10% de la economía mundial, y el empleo superaba los 200 millones de trabajadores. En otras palabras, el turismo duplicaba la aportación del sector agrario y superaba ampliamente la generación de recursos de la industria del automóvil a escala global.

Pero **no sólo es una cuestión de dimensión**. El turismo actual, que ha conseguido mantener el ritmo de crecimiento incluso en medio de la grave crisis económica mundial, tiene una doble particularidad estructural, que le confiere un valor estratégico para los gobiernos, para las empresas y para los ciudadanos. En primer lugar, es una actividad con capacidad para desarrollarse en prácticamente cualquier lugar del planeta, que reúna un mínimo de recursos medioambientales, patrimoniales o culturales susceptibles de convertirse en un producto turístico, y de que existan un mínimo de infraestructuras de alojamiento, restauración y transporte. En segundo lugar, nos encontramos ante un sector profundamente heterogéneo, que muestra una extraordinaria capacidad de adaptarse a la cambiante demanda de consumo turístico cada vez más plural en cuanto a motivaciones y formas de realización, por ello es un sector que se define por ser un espacio muy permeable a la innovación y a la generación de nuevas oportunidades de negocio y de creación de empresas.

Sin embargo, el turismo **está transformándose rápidamente**. La pluralización de las motivaciones para hacer turismo, la participación creciente de ciudadanos de clases sociales diversas, la presencia de compañías áreas y de transporte de *low cost*, la emersión de nuevos productos y destinos turísticos son, entre otros, factores que explican el cambio.

No obstante, **cabe señalar como una fuerza de cambio fundamental el acceso y disponibilidad en tiempo real de una gran cantidad de información turística**, propiciada por la revolución en los sistemas de tecnologías de la información y la comunicación que estamos viviendo. Este **Big Data turístico (la inteligencia turística)** puesto al servicio de la gestión y la competitividad turística internacional es el objetivo sobre el que pivota la formación de profesionales que pretende este máster.

En efecto, **la elaboración, análisis, disponibilidad y acceso a la información turística se convierte en una oportunidad estratégica para que las administraciones públicas locales, regionales y nacionales** adopten las decisiones políticas más adecuadas para desarrollar y expansionar las actividades turísticas en un lugar o territorio concreto, así como acometer su ordenación, gestión y planificación. Ello a su vez, tiene una gran virtud, pues permite dirigir el desarrollo de los distintos subsectores que configuran el sistema turístico, desde una óptica globalizadora y transversal.

Además, igualmente **se convierte en un instrumento esencial de generar oportunidades de negocio para las empresas**, tanto de aquellas enraizadas en una zona determinada como de aquellas otras que operan globalmente, porque les permite sustentar su gestión estratégica sobre bases sólidas de información para conseguir competir internacionalmente, perspectiva clave en el mundo del turismo actual. Este hecho es fundamental: el turismo en el siglo XXI es uno de los espacios sociales y económicos más globalizados, donde la competencia entre puntos distintos del planeta, en una dinámica global/local, es más creciente y a la vez estimulante.

Por último, se debe destacar **que la formación de un profesional polivalente capaz de comprender, interpretar, seleccionar y utilizar la ingente capacidad de generar información sobre las actividades turísticas, para así transformarse en un emprendedor** e iniciar su propio negocio turístico, es un valor estratégico muy importante para la sociedad de hoy en día.

En definitiva, este **Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional**, partiendo de estos planteamientos, **pretende formar un profesional de la administración, de la empresa y un emprendedor** que utilizando estratégicamente el ingente capital de información turística, y conocedor de la tecnología que lo produce y difunde, **lo transforme en oportunidades de desarrollar el negocio turístico de**

forma sostenible en el tiempo, comprensible y beneficiosa socialmente, y sólida económicamente.

El hecho de que el Máster se haga desde **España** que, según el World Economic Forum en su *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, es el país del mundo con un sistema turístico más competitivo internacionalmente, se transforma en un elemento que **confiere robustez a su planteamiento académico desde la experiencia de los sectores turísticos españoles que se caracterizan por una notable capacidad de innovación y cambio.**

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

OBJETIVOS

Este **Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional**, se configura a partir de una serie de objetivos académicos y profesionalizadores, que aportan conocimientos, capacidades y habilidades, entre los cuales destacan:

- > Saber gestionar, analizar, procesar y explotar grandes cantidades de datos e informaciones con el fin de desarrollar, expandir y/o optimizar la gestión turística y la competitividad internacional del turismo.
- > Diseñar, organizar y gestionar proyectos de Inteligencia Turística e identificar los beneficios empresariales que el tratamiento de los datos masivos puede aportar.
- > Gestionar, ordenar y planificar el desarrollo y crecimiento de las actividades turística en un territorio a partir del uso intensivo del capital de la información masiva turística disponible.
- > Comprender y saber utilizar tecnologías de procesamiento de datos masivos en la nube y en las redes sociales aplicados al turismo.
- > Llevar a cabo la planificación estratégica y financiera, así como la toma de decisiones en la empresa, basándose en análisis masivo de datos.
- > Comprender los conceptos teóricos y términos fundamentales asociados, así como las vías de aplicabilidad a la industria turística y a la gestión, ordenación y planificación turística de la Inteligencia Turística.
- > Ser capaz de detectar amenazas y oportunidades, tendencias en el sector turístico para potenciar la oferta y la demanda, tanto en mercados como en destino, para la predicción de cambios en la demanda y fomentar la mejora de la gestión de los servicios asociados al turismo.
- > Enfrentar problemas de análisis de datos en contextos de negocio concretos o de toma de decisiones políticas de las administraciones públicas territoriales.
- > Desarrollar habilidades directivas, de comunicación, marketing y ventas, demandadas en la actualidad por las empresas, o de liderazgo y coordinación necesarios para una buena gestión pública de los recursos turísticos.

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

DIRIGIDO A:

Este **Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional**, teniendo en cuenta los objetivos y planteamientos académicos y profesionales que lo sustentan, se dirige fundamentalmente a tres tipologías de potenciales participantes:

- > **Graduados en cualquier especialidad** (economía, sociología, turismo, derecho, geografía, administración y dirección de empresas, antropología, historia, etc.) que quieran formarse de la aplicación la Inteligencia Turística, así como de los conocimientos y las herramientas necesarias para iniciarse en esta materia o bien para avanzar en su carrera profesional.
- > **Profesionales** que, después de una reconocida trayectoria profesional, deseen incorporar los últimos avances en el sector turístico para, de un lado, promover el desarrollo, impulso o cambio de rumbo de su carrera profesional y, de otro lado, quieran tener el conocimiento y el dominio de la inteligencia turística como instrumento de generación de nuevas oportunidades de negocio en este ámbito de la vida económica y social. Profesionales que quieren convertir el dominio conceptual y aplicado de la inteligencia turística en una potente arma de competitividad internacional.
- > **Responsables políticos o técnicos de las diversas administraciones públicas y de organismos internacionales** que participen en la gestión, ordenación y planificación de las múltiples actividades y/o subsectores que configuran el sistema turístico en un territorio concreto o desde un enfoque más regional o nacional (subsectores entre los que se pueden citar al alojamiento, la restauración, el transporte, los servicios personales asociados, las oficinas presenciales y virtuales de información, el marketing y la promoción turística, los parques de atracciones, los museos y centros patrimoniales y culturales, los parques y espacios naturales protegidos...).

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

PROGRAMA ACADÉMICO

Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional

MÓDULO 1 (12 ECTS): APROXIMACIÓN A LA INTELIGENCIA TURÍSTICA Y BIG DATA

- FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA (3 ECTS)
- TURISMO Y CAMBIO EN EL SIGLO XXI: DINÁMICAS ECONÓMICAS, EMPRESARIALES, POLÍTICAS Y SOCIALES DEL TURISMO (3 ECTS)
- BIG DATA, OPEN DATA Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ELABORACIÓN, ANÁLISIS, GESTIÓN Y USO DE LAS FUENTES MASIVAS DE INFORMACIÓN (6 ECTS)

MÓDULO 2 (6 ECTS): INTRODUCCIÓN DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS PRIVADAS Y LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

- LA INTELIGENCIA TURÍSTICA Y LAS EMPRESAS PRIVADAS LOCALES Y GLOBALES: NUEVAS DINÁMICAS, NUEVAS NECESIDADES (3 ECTS)
- LA INTELIGENCIA TURÍSTICA Y LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS: GESTIÓN, PLANIFICACIÓN Y ORDENACIÓN DEL TURISMO EN EL TERRITORIO (3 ECTS)

MÓDULO 3 (12 ECTS): APLICACIONES DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN EL SECTOR PRIVADO

- LOS SISTEMAS DE ALOJAMIENTO, LA INNOVACIÓN Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA (3 ECTS)
- LOS SISTEMAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO, LA INNOVACIÓN Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA (3 ECTS)
- LA INTELIGENCIA TURÍSTICA, LOS TOUROPERADORES Y LAS AGENCIAS DE VIAJES (3 ECTS)
- LA INTERMEDIACIÓN Y LA PROMOCIÓN ONLINE, LAS REDES SOCIALES Y LA INNOVACIÓN EN LOS SECTORES TURÍSTICOS (3 ECTS)

MÓDULO 4 (12 ECTS): DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES, MARKETING INTERNACIONAL Y ASPECTOS LEGALES

- DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN AL SERVICIO DEL DESTINO Y DE LOS TURISTAS (3 ECTS)
- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y DE MARKETING INTERNACIONAL BASADO EN LA INTELIGENCIA TURÍSTICA (3 ECTS)

- CREACIÓN DE SISTEMAS DE INTELIGENCIA TURÍSTICA TERRITORIAL E IMPULSO DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN DESTINOS EMERGENTES (3 ECTS)
- MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL DE GESTIÓN Y USO DE LAS GRANDES BASES DE DATOS E INFORMACIONES SOBRE EL TURISMO (3 ECTS)

MÓDULO 5 (9 ECTS): EMPRENDIMIENTO EN EL SECTOR TURÍSTICO, MARKETING Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- EMPRENDIMIENTO, CREACIÓN DE EMPRESAS Y TURISMO: LAS POTENCIALIDADES QUE BRINDA EL BIG DATA TURÍSTICO (3 ECTS)
- PEQUEÑOS NEGOCIOS TURÍSTICOS. INFORMACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN (3 ECTS)
- MODELOS EMPRESARIALES DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y MARKETING INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS BASADO EN LA INTELIGENCIA TURÍSTICA (3 ECTS)

MÓDULO 6 (9 ECTS): DIÁLOGOS CON LÍDERES PROFESIONALES Y CLASES EN EMPRESAS. TRABAJO FIN DE MÁSTER

- DIÁLOGOS CON LÍDERES EMPRESARIALES Y CLASES EN EMPRESAS (3 ECTS)
- TRABAJO FIN DE MÁSTER (6 ECTS)

La memoria/el proyecto final de máster, que pone en práctica todos los conocimientos adquiridos, puede vincularse a alguna de las empresas colaboradoras de Next IBS, indicadas en el módulo de los talleres prácticos.

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167

PRÁCTICAS EXTRACURRICULARES

El **Máster en Inteligencia Turística: Gestión y Competitividad Internacional** cuenta con la posibilidad de realizar **prácticas extracurriculares** en diversas empresas y administraciones españolas, latinoamericanas, europeas y norteamericanas, en las que el estudiante de posgrado podrá perfeccionar las técnicas aprendidas y poner en prácticas los conocimientos conseguidos.

Se ofrecerá al estudiante, desde el primer día de clase, una **Bolsa de Empresas e Instituciones para Prácticas**, que recogiendo las posibilidades de plazas que se concreten en los diversos convenios de colaboración académica, que NEXT IBS establecerá con empresas privadas y públicas y con diversas administraciones.

Este programa de máster dispondrá de un profesor que ejercerá las funciones de coordinador de prácticas, y que distribuirá el estudiantado entre los otros profesores que desempeñaran la tutoría de cada estudiante en prácticas.

En este sentido, **se considera que la realización de estas prácticas puede configurarse, por parte del estudiante y con la supervisión del tutor, como un mismo proyecto académico de fuerte sentido aplicado conjuntamente el Trabajo de Fin de Máster.**

Tanto las prácticas extracurriculares como el Trabajo de Fin de Máster se podrán desarrollar en el primer caso, o realizarse en el segundo, sobre realidades turísticas y en ciudades y localidades de los países de origen de los estudiantes.

Asimismo, como **innovación metodológica** se considerará que en determinados casos, **tanto la realización de prácticas como la experiencia profesional podrá ser reconocida por la equivalencia de hasta 6 créditos ECTS o el equivalente a 1 ó 2 asignaturas** siempre que no superen este valor crediticio total.

 NEXT INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL, S.A.
C.I.F.: A-86574167