

Máster en Marketing e Inteligencia Turística: promoción de destinos (presencial) 2ª edición

CURSO

2020-2021

PREINSCRIPCIÓN

22/04/20 hasta el 14/10/20

MATRÍCULA

22/04/20 hasta el 14/10/20

IMPORTE MATRÍCULA

6400 €

Precio liquidación UdL: hasta un máximo del 25% de descuento (precio mínimo 4.800 euros)

EXPEDICIÓN DE TÍTULOS ACADÉMICOS

Se aplicará la tasa vigente en el momento de la expedición del título

LÍMITE DE ALUMNOS

35

TIPO

Màster

CATEGORÍA/S

Turismo

CRÉDITOS

60 ECTS

MODALIDAD FORMATIVA

Presencial

COORDINACIÓN

MARIA DEL CARMEN PARDO

91 229 79 02

www.nextibs.com

ORGANIZACIÓN

Centre de Formació Contínua UdL

C/Jaume II, 71

Campus de Cappont

25001 - Lleida

Tlf: 973703383

PRESENTACIÓN

El plan de estudios del Máster responde a estos objetivos de formación especializada orientada al turismo, el marketing y la promoción de los destinos en América Latina y Europa. Con este objetivo, el plan de estudios se centra en áreas fundamentales como son las nuevas tendencias en el consumo turístico, el papel de las administraciones públicas y las políticas de impulso al sector y el marketing de destinos. Esta planificación de estudios se ha realizado desde un enfoque práctico, que parte de los contenidos teóricos para aplicarlos al análisis de la realidad del sector y al desarrollo de planes de promoción y marketing turístico en un escenario disruptivo y cambiante. El plan de estudios finaliza con la elaboración y la defensa del Trabajo Fin de Máster.

Así pues, la estructura del plan de estudios responde a un planteamiento la gestión del marketing y la promoción turísticas que considera fundamental el conocimiento de las tendencias más innovadoras del sector, así como las nuevas posibilidades de negocio gracias al mundo digital.

Como parte de la metodología, los alumnos recibirán parte de las clases teóricas y prácticas en organizaciones reales (clases en empresas/organizaciones), para que conozcan de primera mano sus complejos procesos productivos. Además, dentro de la metodología encontramos también una serie de conferencias y clases magistrales e impartidas por ponentes de reconocido prestigio nacional e internacional.

PROGRAMA

Aproximación a la Inteligencia Turística y Big Data

- FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL TURISMO
- TURISMO Y CAMBIO EN EL SIGLO XXI: DINÁMICAS ECONÓMICAS, EMPRESARIALES, POLÍTICAS Y SOCIALES DEL TURISMO
- BIG DATA, OPEN DATA Y TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ELABORACIÓN, ANÁLISIS, GESTIÓN Y USO DE LAS FUENTES MASIVAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**

De lunes a jueves

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
- LA INTELIGENCIA TURÍSTICA Y LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS: GESTIÓN, PLANIFICACIÓN Y ORDENACIÓN DEL TURISMO EN EL TERRITORIO
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
De lunes a jueves

Aplicaciones de la Inteligencia turística en el sector privado

- LOS SISTEMAS DE ALOJAMIENTO, LA INNOVACIÓN Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA
- LOS SISTEMAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO, LA INNOVACIÓN Y LA INTELIGENCIA TURÍSTICA
- LA INTELIGENCIA TURÍSTICA, LOS TOUROPERADORES Y LAS AGENCIAS DE VIAJES
- LA INTERMEDIACIÓN Y LA PROMOCIÓN ONLINE, LAS REDES SOCIALES Y LA INNOVACIÓN EN LOS SECTORES TURÍSTICOS
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
De lunes a jueves

Marketing, planificación y gestión de destinos turísticos

- PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING EN DESTINOS
- MARKETING DIGITAL DE ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN
- CREACIÓN DE SISTEMAS DE INTELIGENCIA TURÍSTICA TERRITORIAL E IMPULSO DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN DESTINOS EMERGENTES
- MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL DE GESTIÓN Y USO DE LAS GRANDES BASES DE DATOS E INFORMACIONES SOBRE EL TURISMO
- BRANDING TURÍSTICO
- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y MARKETING INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS BASADO EN LA INTELIGENCIA TURÍSTICA
- **DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE**
De lunes a jueves

DIÁLOGOS CON LÍDERES EMPRESARIALES y TRABAJO FIN DE MÁSTER

- DIÁLOGOS CON LÍDERES EMPRESARIALES
- TRABAJO FIN DE MÁSTER

PROFESORADO

Antón Alonso, Pedro

Campo Vidal, Manuel

Figuerola, Mónica

García Pascual, Francisco

Giraldo, Fernando

Gressler, Manuela

Loeches, Abel

Márquez Díaz, Antonio

Merino, Juan Manuel

Pardo López, María Carmen

Pardo, María del Carmen

OTRAS INFORMACIONES

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Está dirigido a todos aquellos licenciados, graduados o ingenieros que quieran dotarse de conocimientos en turismo. Los criterios de admisión al programa se establecen de acuerdo con el artículo 17 de Real Decreto 1393/2007 modificado por el Real Decreto 861/2010.

Podrán acceder al posgrado:

Preferiblemente con formación previa en Ciencias Sociales y Jurídicas o bien en la rama de Artes y Humanidades.

-Alumnos graduados que quieran dotarse de los conocimientos y las herramientas necesarias de promoción y marketing en el sector turístico, para iniciarse en esta ciencia o bien para avanzar en su carrera profesional.

-En el caso de los alumnos recién graduados, se valorará para el acceso a la titulación su expediente académico. Se ponderará la formación adicional, otros cursos y formación recibida, así como la acreditación de idiomas.

En particular, el perfil recomendado para cursar el máster está orientado a la formación de los siguientes titulados con preferencia:

? Turismo

? Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.

? Sociología y Ciencias Políticas

- ? Derecho
- ? Marketing
- ? Economía
- ? Relaciones Internacionales.
- ? Administración de Empresas
- ? Filologías
- ? Geografía e Historia

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

Requisitos a tener en cuenta en el proceso de admisión al máster son los siguientes:

a) Excelencia académica

El candidato al máster debe poseer una titulación universitaria de grado o licenciado en alguna de las áreas descritas. Se analizará el currículum vitae del candidato, valorándose especialmente el expediente académico, resultando priorizados los más satisfactorios.

b) Currículum vitae

Se llevará a cabo la revisión del currículum vitae del candidato, valorando aspectos como la experiencia profesional y la presentación de una carta de recomendación. Asimismo, se valorará la participación en otros programas formativos que aporten valor a la candidatura.

c) Entrevista personal

Los candidatos al máster deberán pasar por una entrevista personal con el Comité de selección, en la cual deberán mostrar su motivación profesional para realizar este programa.

Estos criterios serán ponderados según la siguiente tabla:

Ponderación de Criterios para la Admisión al Máster

CRITERIOS PONDERACIÓN

Expediente académico: 40%

Currículum Vitae: 30%

Entrevista personal: 30%

Total puntuación: 100%

PERIODO EN QUE SE IMPARTE

Fecha inicio 14/10/20 - Fecha finalización 17/06/21

LUGAR DE IMPARTICIÓN

NEXT INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL MADRID

DÍAS Y HORAS EN QUE SE IMPARTE

De lunes a jueves

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

[imatges](#)

Enlace Web

<http://www.nextibs.com>