Negocios online de servicios turísticos

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 08/05/2019 21:06:23**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: CERVIÑO FERNANDEZ, JULIO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : Cuatrimestre :

OBJETIVOS

En este apartado se presentan las competencias asociadas a la asignatura:

CG5: Haber desarrollado las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender labores profesionales y estudios de postgrado con un alto grado de autonomía.
CE13: Aprender a recopilar, procesar, analizar e interpretar la información y hacer frente a cuestiones turísticas a través del conocimiento de las peculiaridades del mercado turístico (nacional o internacional) al que se dirija la actividad, gestionando adecuadamente los recursos y usando las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para implementar las prácticas con calidad y de manera sostenible.
CE15: Ser capaz de diseñar productos, servicios y actividades turísticas, y hacer uso de las tecnologías de la información y comunicación para el diseño y análisis de productos y procesos turísticos, e implementarlos con calidad, poniendo en marcha políticas de mejora continua y de recursos humanos que aseguren la satisfacción del usuario y una buena atención al cliente con respeto al medioambiente, haciendo uso para ello de las tecnologías más adecuadas.
CE16: Comprender y analizar las diferentes estrategias empresariales, a nivel competitivo y corporativo, y ser capaz de planificar y desarrollar actividades empresariales a nivel internacional creando valor y mejorando la competitividad de las empresas turísticas.

Los resultados de aprendizaje son los siguientes:

RA1: Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en las diferentes disciplinas de estudio en el ámbito turístico con una profundidad que llegue hasta la vanguardia del conocimiento
RA2: Aplicar los conocimientos adquiridos, la comprensión de estos y sus capacidades a la resolución de problemas complejos y/o especializados en el ámbito profesional

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Fundamentos del Comercio Electrónico
2. Estrategias de Negocio Electrónico
3. E-Marketing y CRM
4. Implementación y mantenimiento

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen/Prueba Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

Nota mínima en el exámen final para que se evalue y pondere la evaluación continua: 3,9