Modelos de negocio y design thinking para servicios turísticos

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 10-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ingeniería Mecánica

Coordinador/a: RODRIGUEZ MARQUEZ, ALICIA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Fundamentos de administración de empresas
Dirección estratégica
Marketing turístico
Creación de empresas turísticas
Operaciones y procesos en empresas turísticas

OBJETIVOS

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

CG2: Saber aplicar los conocimientos técnicos y metodológicos relacionados con el turismo a su trabajo de una forma profesional, integrando los conocimientos adquiridos en las distintas disciplinas estudiadas, y poseer las competencias que deben demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su temática de estudio.
CG3: Tener la capacidad de reunir e interpretar datos cuantitativos, cualitativos y espaciales relevantes, como para emitir juicios que incluyan una reflexión crítica sobre temas relevantes de índole territorial, social, económica, jurídica, científica o ética, relacionados con el turismo.
CE10: Desarrollar iniciativas emprendedoras y capacidades creativas para la propuesta y desarrollo de ideas de negocio innovadoras, usando las principales herramientas para crear, desarrollar e implementar un negocio innovador que afronte los retos de las sociedades actuales
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.

Los resultados de aprendizaje son los siguientes:

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
RA3: Tener la capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre las que fundamentar sus conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, la reflexión sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito de su campo de estudio;
RA4: Ser capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio;

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Nuevos modelos de negocio en el sector turístico
-Concepto y elementos básicos de un modelo de negocio
- Metodología de generación de nuevos modelos de negocio: Business Model Canvas
- Mejores prácticas e innovación en modelos de negocio turísticos

Design thinking y Lean startup para actividades de servicios turísticos
- Design Thinking y Lean Startup: similitudes y diferencias.
- Design Thinking: diseño de servicios turísticos centrados en el usuario
- Lean startup: principios e implementación.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

CLASE TEORÍA. Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporcionan los materiales y la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
PRÁCTICAS. Resolución de casos prácticos, problemas, etc. planteados por el profesor de manera individual o en grupo.
TRABAJO INDIVIDUAL O EN GRUPO DEL ESTUDIANTE.
TUTORÍAS. Asistencia individualizada (tutorías individuales) o en grupo (tutorías colectivas) a los estudiantes por parte del profesor.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se establecen como elementos de evaluación de los estudiantes, dirigidos a verificar la adquisición de las competencias citadas, los siguientes:
Participación en clase (10%)
Resolución de ejercicios y supuestos prácticos, así como trabajo a realizar (40%)
Examen final teórico-práctico (50%). Se requiere un 4 sobre 10 en el examen para aprobar la asignatura.

La evaluación en convocatoria extraordinaria será el 100 % el resultado obtenido en el examen.

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Idris Mootee Design thinking para la innovación estratégica , Empresa Activa, 2014

- Rodríguez Márquez, A., Nieto, M.J., Fernández, Z. y Revilla Torrejón, A. Manual de creación de empresas. De la oportunidad a la puesta en marcha., Civitas, 2014