

Sede Corporativa de Next Educación
Alsasua 16 - 2ª planta, 28023 Madrid, España
(+34) 91710 20 54 | www.nexteducacion.com



Sede Académica de Educación

Calle Almagro 42, 28010 Madrid, España
COLEGIO DE INGENIEROS DE CAMINOS, CANALES Y PUERTOS

DIRECTOR

JUAN ANTONIO GÓMEZ BULE

Vice Chairman and Institutional Affairs Manager en Ecix Group.

Chairman Board Of Directors en Walhalla DCS.

Miembro del Comité de Expertos Independientes de la Estrategia de Ciberseguridad Nacional en el Departamento de Seguridad Nacional de España.

MODALIDAD

Online

CONVOCATORIA

Varias fechas de inicio disponibles

DURACIÓN

1 año académico

LUGAR DE IMPARTICIÓN

c/ Almagro 42, Madrid (28010)

NETWORKING

El alumno que curse el Máster en Marketing e Inteligencia Turística: Promoción de destinos estará en contacto constante con el mundo de la empresa a través de las prácticas profesionales, de Masterclass con Líderes Profesionales y de las Visitas y Clases en Empresas.

Next Educación ofrece la posibilidad de realizar prácticas en empresas en las que el estudiante podrá perfeccionar las técnicas aprendidas y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Máster en Marketing e Inteligencia Turística

Promoción de destinos

El Máster en Marketing e Inteligencia Turística: Promoción de destinos, organizado por Next Educación y la Universitat de Lleida, apuesta por la formación de profesionales del Turismo y sectores adyacentes capaces de convertir en una oportunidad estratégica la elaboración, el análisis, la disponibilidad y el acceso a la información turística masiva, así como la aplicación de las técnicas más innovadoras del Digital Marketing.

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 sitúan como una prioridad que se debe abordar inmediatamente. La Inteligencia Turística puede desempeñar un papel protagonista en este proceso.

Asimismo, este programa aborda los retos y cambios que protagonizan hoy en día los sectores del Turismo desde el punto de vista del Marketing Digital, enfocado a la promoción de territorios con una gran cultura turística y un gran potencial de crecimiento como son América Latina y Europa.

Dirigido a

Graduados en cualquier especialidad que quieran orientar su carrera hacia el sector del Turismo Inteligente, la gestión y el análisis de información y sus aplicaciones al mundo empresarial y las organizaciones en el ámbito turístico, además de dotarse de los conocimientos y herramientas necesarios en este sector en lo que al marketing digital se refiere, ya sea para iniciarse en la materia o para avanzar en su carrera profesional.

SOMOS MIEMBROS DE

a3en
asociación española
de escuelas de negocios



ÉUPHE
European
University
Professionals
Association



next
EDUCACIÓN

Este programa se configura a partir de una serie de objetivos, entre los que destacan:

- Ofrecer al participante una formación avanzada en el marketing de destinos, especialmente concebido para América Latina y Europa.
- Proporcionar una formación avanzada y completa a los futuros profesionales que desempeñarán su labor en los diferentes campos del sector público o de apoyo al mismo desde la empresa privada en lo que marketing de destinos se refiere.
- Adquirir los conocimientos adecuados para que el alumno pueda comprender el complejo entramado de la promoción en el contexto internacional y el uso de las diferentes estrategias y herramientas de marketing turístico como herramienta de diferenciación y competitividad.
- Dotar de la capacidad de análisis de los procesos de la construcción de la imagen del destino.
- Conocer la innovación y creatividad en la promoción de destinos turísticos.
- Facilitar la capacidad de concebir, diseñar y poner en práctica proyectos comunicativos y proyectos de marketing digital en el ámbito turístico.

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

- Fundamentos teóricos de la Inteligencia Turística
- 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

MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO (6 ECTS)

- Planificación y gestión de marketing en destinos
- Marketing digital de estrategia y planificación

MÓDULO 3. INTRODUCCIÓN DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN LAS EMPRESAS PRIVADAS Y LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (6 ECTS)

- 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

MÓDULO 4. APLICACIONES DE LA INTELIGENCIA TURÍSTICA EN EL SECTOR PRIVADO (9 ECTS)

- 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 viaje

MÓDULO 5. MARKETING, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (16 ECTS)

- Creación de sistemas de Inteligencia Turística territorial e impulso de la Inteligencia Turística en destinos emergentes
- La intermediación y la promoción online, las redes sociales y la innovación en los sectores turísticos
- 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

MÓDULO 6. TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (TFM)