

## GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

### 832 - Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista

#### Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología v Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	832 - Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	ROSA PATRICIA MARTINEZ GARCIA DE LEANIZ				
E-mail	rosapatricia.martinez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)				
Otros profesores					

### 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los principales conceptos y herramientas implicados en la gestión de la experiencia turística.

### 4. OBJETIVOS

- Dominar los principales conceptos y métricas en la gestión de la experiencia.
- Dominar los elementos clave de la experiencia turística en entornos offline .
- Dominar los elementos clave de la experiencia turística en entornos online.

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

### CONTENIDOS

1	Tema 1 - Introducción a la gestión de la experiencia de cliente 1.1. Fuentes de la experiencia del cliente 1.2. ¿Qué es la experiencia de cliente? 1.3. Beneficios y objetivos de la experiencia de cliente
2	Tema 2 - Pilares de la experiencia de cliente 1.1. Métricas 1.2. Personalización 1.3. El customer journey y la experiencia de cliente
3	Tema 3 - La experiencia del turista con el destino 3.1. Aproximación a la experiencia del turista 3.2. Experiencia del turista e imagen de destino 3.3. Experiencias turísticas en la era digital

## 7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual final	Examen escrito	No	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	40,00
Desarrollo de competencias	Otros	No	No	10,00
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>
<b>Observaciones</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Examen individual: evaluación, mediante una prueba en la plataforma Moodle, de los conocimientos teóricos adquiridos por el estudiante.</li> <li>- Trabajo en equipo: evaluación de la capacidad de los estudiantes para aplicar los conocimientos teóricos en un entorno de turismo real.</li> <li>- Participación individual: evaluación de la participación del estudiante en las actividades propuestas por el profesor responsable en el aula.</li> </ul>				
<b>Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial</b>				
Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evaluarán con un examen escrito y un trabajo práctico individual (siguiendo el guion establecido en la asignatura).				

## 8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

### BÁSICA

- Alcaide, J.C., Díez, M. (2019). Customer experience. Las claves de la experiencia de cliente en la era digital cognitiva. ESIC Editorial, Madrid.
- Rodríguez, A. (2016): ¿Cómo diseñar una experiencia turística? Editorial UOC, Barcelona.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.