

MÁSTER EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

PROGRAMA

El programa del Máster en Turismo y Administración Pública se estructura de la siguiente forma:

I. Introducción: la economía turística

- El sector turístico español en el contexto internacional. Su posición en el entorno económico. Potencial de crecimiento, cambios disruptivos, y claves de futuro.
- Características esenciales del negocio turístico. Interacción con el entorno y con las políticas públicas. El turismo como actividad económica transversal.
- La cadena de valor en el negocio turístico. Transformaciones y tendencias actuales.

II. Estrategia en el negocio turístico.

- Estrategia: creación de valor para los accionistas y los "*stake holders*".
- Principios y metodologías para la evaluación y formulación de la estrategia de la empresa y del destino.
- Elementos clave de competitividad en la actividad turística. La sostenibilidad de la ventaja competitiva.
- Estrategia de destinos. Aplicación de modelos geoestratégicos. Gestión de destinos como unidades corporativas.

III. Marketing de destinos y empresas turísticas.

- El problema de marketing: definición y análisis. El producto, el precio, la distribución y la comunicación en el negocio turístico.
- La planificación estratégica y táctica: el Plan de Marketing.
- Principales herramientas y técnicas de investigación de mercado. Investigación y prospectiva.
- Redes sociales y turismo. Marketing colaborativo.
- Medición del retorno de la inversión en marketing: KPIs



IV. Gestión financiera de la empresa turística.

- El balance y la cuenta de resultados.
- Fondo de maniobra, necesidades de Tesorería, Beneficio y Flujo de Caja.
- Análisis económico de las decisiones operativas (costes fijos-variables, directos-indirectos. Margen de contribución.
- Los efectos del tiempo y la incertidumbre sobre la toma de decisiones: TVM y tasa de descuento. Coste de oportunidad.

V. Las Administraciones públicas y el turismo.

- La Política Turística. Las Administraciones Turísticas y sus Competencias: Estado, Comunidades Autónomas y Entes Locales. Instituciones Internacionales.
- La Legislación Autonómica y la Unidad de Mercado. Inversiones Turísticas y Estructuras de Transporte.
- La Cooperación Público-Privada en España. Gestión integral de los Destinos Turísticos. Modelos de gestión coordinada de los destinos turísticos.
- *Branding*. El Turismo en la Imagen del País.

VI. Liderazgo en la organización turística.

- Organización y motivación del capital humano de la empresa turística.
- Técnicas de negociación.
- Dirección bajo presión.
- Gestión de recursos.