

Máster en Dirección de Empresas Hoteleras

Curso: 2018-2019

Guia docente

Materia: Dirección de marketing en hotelería

Asignatura: Dirección de marketing en hotelería

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Sr. Maurici Segú Sendra

Publicación para el uso exclusivo de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull)

No se permite su reproducción total o parcial

MÓDULO: DIRECCIÓN DE LA EMPRESA HOTELERA

MATERIA: DIRECCIÓN DE MARKETING EN HOTELERÍA

ASIGNATURA: DIRECCIÓN DE MARKETING EN HOTELERÍA

CÓDIGO: MDEH18DMH

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 5 ECTS

1. Objetivos de la asignatura

- ? Estructurar e introducir los aspectos claves en la Dirección Estratégica de Marketing.
- ? Foco en el sector turístico y análisis de casos de éxito de destinos y marcas reconocidas en la industria.
- ? Conexión del ámbito estratégico con las decisiones tácticas y operativas que se derivan.
- ? Desarrollar la capacidad de innovar y de generar pensamiento lateral.
- ? Analizar y pensar en términos de gestión de marca.

2. Competencias desarrolladas

Básicas

B06 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

B09 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

B10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Generales

G01 - Ser capaz de buscar y gestionar la información procedente de fuentes para tomar decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización

G02 -

Transversales

T01 - Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales

T02 - Fomentar la iniciativa y el espíritu emprendedor para proponer nuevos planteamientos que permitan introducir mejoras competitivas

Específicas

E02 - Identificar los diferentes agentes globales que participan activamente en la configuración del mercado y la industria hotelera para saber cómo competir o cooperar con ellos

3. Contenido

Sesión 1: Estrategia PERSONAL Intro Marketing Estratégico Concepto de estrategia personal Las 9 imágenes de tu vida.

Sesión 2: MKT Estratégico o Análisis de mercado o Análisis de competencia o Cadena de valor.

Sesión 3: MKT Estratégico o Las 5 fuerzas de Porter o Segmentación o Posicionamiento.

Sesión 4: MKT Operativo o Gestión de Calidad o Touchpoints y Momentos de la verdad .

Sesión 5: Brand Management o La marca: concepto y evolución o Arquitectura de marcas.

Sesión 6: Brand Management o Marcas de lujo o Marcas blancas.

Sesión 7: Innovar IDEA / VALOR / INTRO.

4. Metodología de enseñanza

Role-plays. Just FLOW

Ejercicios prácticos.

Exposición del profesor.

Exposición del estudiante (individual o en grupo). En el mundo real hay que llegar a las personas.

5. Actividades de evaluación

Convocatoria Ordinaria

- **Desarrollo de un proyecto de conceptualización/tematización de un hotel. (Ene, 19/2016)**

Trabajo académico (Grupo - 60%)

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

- **Desarrollo de cuestiones relacionadas con las presentaciones de las sesiones. (Ene, 28/2016)**

Examen final (Individual - 40%)

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

Convocatoria extraordinaria

• Preguntas para recuperación de asignatura.

Examen final (Individual - 100%)

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

6. Bibliografía

Lecturas recomendadas

? Joaquín Lorente, (2009). Piensa, es gratis. Ediciones Planeta. Editorial Prentice-Hall.

? Goleman, D.; Boyatzis, R. y Mckee, A., (2002). La estrategia del océano azul. Barcelona: Plaza & Janés

? Kjell A. Nordstrom (2008). Funky business forever.

? Juan Manuel de Toro (2008). La marca y sus circunstancias. Ediciones Deusto.

? www.trendone.com

Innovar o desaparecer (Maurici Segú)

7. Profesorado

Sr. Maurici Segú Sendra (Profesor titular) - maurici.segu@htsi.url.edu

Maurici Segú

Lic & MBA por ESADE.

Ha sido Director de Marketing en TQ3 Travel Solutions en España (actualmente la compañía es BCD Travel) y Director de Marketing en el Grupo Hotusa.

Fundador y Director General de Innovarout SL

maurici.segu@tsi.url.edu

8. Observaciones

MAURICI SEGÚ has a degree in Business Administration and MBA by ESADE and is an expert in Strategic Marketing and Innovation.

He has been involved in the touristic and hospitality industry from his first internship and has developed different projects in TQ3 Travel Solutions (nowadays BCD Travel), Keytel, Hotusa, company in which he was in charge of Strategy and Marketing Department. He has been involved in the creation of different hotel brands such as Prestige Hotels of the World, EXE Hotels and Homeout, and also in different hotel openings in Spain and also in Berlín.

Last 2012 he founded his own company, Innovarout. This company is focused on high innovation solutions for companies from touristic sector but he is also involved with other sectors such as football clubs, pharmaceutical companies or automobilistic sector.