



Proyecto de Innovación Docente destinado a los alumnos del Posgrado de Turismo de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la UPCT respecto al posicionamiento en Redes Sociales

Soledad María Martínez María-Dolores

soledad.martinez@upct.es

Juan Jesús Bernal García juanjesus.bernal@upct.es

Juan Francisco Sánchez García jf.sanchez@upct.es

Departamento de Métodos Cuantitativos e Informáticos
Facultad de Ciencias de la Empresa-Universidad Politécnica de Cartagena

Resumen

La denominada web 2.0 ha ido creciendo en relevancia en los últimos años y el incremento de usuarios que participan en la misma aportando información y contenidos sobre todo a través de las redes sociales sea cual sea la modalidad de éstas ha sido muy grande. Esta participación cobra mayor importancia en sectores determinados de la economía en la red, tal y como es el sector del Turismo. Este es uno de los más afectados por esta nueva realidad desde hace años, tal y como lo indican los datos de diferentes estudios sobre internautas y turismo. Son mayoría las personas que consultan en Internet antes de decidir el destino de sus vacaciones o los que contratan su hotel a través de la webfrente a los que no lo hacen.

Por este motivo, considerábamos que era importante incidir en el conocimiento de los alumnos y alumnas del posgrado de Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas, la mayoría usuarios a nivel particular ya de estas herramientas, para que obtuvieran una percepción distinta de las mismas a nivel profesional, bien para conseguir contactos o para gestionar mejor una empresa dentro de este sector.

El proyecto consistió en primer lugar dar a conocer a los alumnos/as la importancia de tener una presencia firme en las redes sociales con un perfil adecuado y con los contactos adecuados.

La Metodología a seguir fue totalmente práctica y participativa. Para ello, en primer lugar se presentó a un experto en el sector de posicionamiento de páginas web y redes sociales, así como con experiencia en creación de perfiles atractivos en el sector del turismo dentro de Internet.

Después de dotarles de estos conocimientos previos se pretendía que sean los propios alumnos y alumnas los que bajo la supervisión de los profesores implicados, se dieran de alta como usuarios en una página gestionada en una o varias redes sociales tanto del sector turístico como en los de ocio, basándose en el Posgrado que están cursando. Finalmente dicha página se realizó en la red social más utilizada por los alumnos, que cursaban en ese momento el posgrado es decir en Facebook y se gestiona a través de los responsables del proyecto. Se puede apreciar en la imagen como es su apariencia en la red social y la dirección para consultarla es: <https://www.facebook.com/?ref=home#/pages/Master-en-Gest%3A%3B-y-Direcc%3A%3Bn-de-Empresas-Tur%3A%3B-ADSLicas-UPCT/178905408792671> Aunque introduciendo en el buscador de Facebook alguno de los términos de "Master en Gestión y Dirección de Empresas Turísticas de la UPCT" también aparece.

En una segunda fase se pretendía que fueran los alumnos y alumnas los que se adhirieran como seguidores a esa página desde sus perfiles personales, para que ésta finalmente sirva como foro de discusión, encuentro, seguimiento con los propios alumnos implicados así como con otros alumnos de Posgrados y Master similares. Este paso no obtuvo el resultado esperado, porque los alumnos lo que decidieron fue crear un foro privado poner sus datos de contacto para poder pasarse información entre ellos de forma más anónima. Aunque sí que siguen los comentarios y noticias de la página principal.

Queda un paso por concluir en este proyecto de innovación que se irá realizando paulatinamente con el paso de los alumnos por los sucesivos cursos de posgrado que consiste en realizar búsquedas por parte de los alumnos y alumnas, así como de los profesores implicados en el mismo, para contactar con empresas, como hoteles de la zona, páginas de ocio y servicios relacionados con el sector del turismo, con el fin de adherirse desde sus páginas personales a dichas empresas y enseñarles la página del posgrado por si desearan conectarse a la misma. Esta acción pretende generar una intercomunicación entre empleadores y alumnos para crear vínculos que les sirvan en su futuro profesional, al tiempo que generar una base de conocimiento en la página del posgrado importante para próximos seguidores y alumnos.

Bibliografía

Asociación española de economía digital. Estudio Uso de Facebook por parte de las empresas españolas. http://www.adigital.org/resources/image/adigital_Estudio_Uso_Facebook_Empresas_esp%2011.pdf

Conde Pérez, E.M., Cristian Schmidt, N. y Ochoa Llamas, I.: El Turismo Electrónico, una necesidad para las empresas del Sector. TURyDES revista de investigación en turismo y desarrollo local (2011) <http://www.eumet.net/revistas/turdes/09/pc1.htm>

Estrategia de Empresas Turísticas. <http://www.aic2010malaga.org/uploads/ok/213.pdf> (Fecha de consulta 8/12/2010)

FACEBOOK ESTADÍSTICA

<http://www.facebook.com/?ref=home#/pages/Master-en-Gest%3A%3B-y-Direcc%3A%3Bn-de-Empresas-Tur%3A%3B-ADSLicas-UPCT/178905408792671>

HABITUR (Hábitos de los turistas internacionales) – Encuesta de hábitos turísticos – Informe anual 2010 – Instituto de Estudios turísticos. <http://www.instituto-estudios-turisticos.com/ingles/ingles.htm>

Informe de resultados Observatorio Redes Sociales 3ª oleada – Febrero 2011

López, Enric. AIC 2010 MÁLAGA (2010). La reputación corporativa on line aplicada al sector turístico español. EUHT CETI – Universidad de Barcelona. Director del Master Oficial en Gestión <http://www.ciid.es/ingles/ingles.htm>

Las asignaturas del Posgrado de Turismo implicadas en este proyecto de innovación docente son dos: "Herramientas Informáticas Aplicadas al Turismo" ya que claramente lo que hacemos es desarrollar uno de los temas que se tratan en la misma, y "Gestión de Hoteles" por la vinculación con las empresas de la zona que pretendemos crear.

También queremos dejar abierta la posibilidad de crear de un blog relacionado con estos temas para volcar noticias, eventos, etc de los usuarios de la página que resulten interesados, siempre que el volumen de seguidores de la página resulte importante y haya profesores dispuestos al mantenimiento del mismo.



Conclusiones

Nos planteamos varios objetivos al inicio de este proyecto que creemos hemos superado. En primer lugar situar el Posgrado de Turismo en la Red para darlo a conocer a través de una herramienta que nos proporciona Internet y que tiene una gran difusión como son las redes sociales. Por otro lado que los alumnos entiendan la importancia del posicionamiento positivo en este tipo de herramientas para una empresa y a nivel profesional, sobre todos en sectores dedicados al ocio como es el Turismo, así como conocer la metodología a seguir y las formas de búsqueda por la red dentro del sector. Y por último, y es la fase que todavía queda por desarrollar, establecer un contacto amplio a través de las redes sociales con posibles empleadores o con personas que les puedan ayudar profesionalmente.

Creemos que tanto las charlas como el desarrollo final del proyecto ha sido muy satisfactorio a nivel docente y también a nivel profesional para los alumnos. Queremos destacar que a través de la página realizada, pese a no estar posicionada aún en Google o en algún otro buscador, ni publicitada por algún otro sistema en la red, se ha convertido en un modo de captar nuevos alumnos para la Facultad, ya que a través de ella nos han llegado peticiones de información sobre qué materias se imparten en el Posgrado. Por este motivo, creemos que debería de considerarse la utilización de las redes sociales por parte de la Universidad de un modo mucho más activo para conseguir llegar a un mayor volumen de beneficiarios y obtener una imagen corporativa mejor posicionada dentro del ámbito de las redes sociales.