



Descripción

El sector turístico es el de mayor y más rápido crecimiento en el mundo y, a pesar de que este crecimiento se ha visto ralentizado durante el período de pandemia, su previsión de crecimiento en la era post COVID supera ampliamente al resto de los sectores.

Se trata de un sector que proporciona el 9,4% del empleo y genera unos 277 millones puestos de trabajo alrededor del mundo. Y aunque son cifras que han mermado este último año debido a las restricciones de movilidad, se espera que crezca más de un 5% anual en la próxima década

Por lo tanto, en este contexto de crecimiento, el Máster en Dirección Hotelera y Gastronomía tiene como objetivo ofrecer a los estudiantes la formación teórica y práctica necesaria para lograr, al más alto nivel, su desarrollo personal y profesional como directivos de empresas relacionadas con la industria de la hotelería y gastronomía internacional, pilares principales de este sector.

La sección teórica abarca todos los principales departamentos o divisiones de los hoteles y restaurantes, lo que permite a los estudiantes tener un conocimiento profundo de la actividad diaria de un establecimiento de categoría mundial.

Dentro de cada asignatura se realizan tareas prácticas que se desarrollan con la colaboración de hoteles, restaurantes y cadenas hotelera de referencia. Esta parte práctica dentro de cada asignatura se convierte en la esencia del proceso de aprendizaje del estudiante, es decir, la puesta en práctica de toda la teoría recientemente adquirida. Esta experiencia práctica es crucial para la empleabilidad de los estudiantes, ya que amplía su visión de la industria hotelera y de la gastronomía.

Puntos fuertes:

- Visión global de la industria hotelera y de los restaurantes de lujo.
- Un programa muy práctico llevado a cabo por profesionales hoteleros y de restaurantes.
- Maximiza las oportunidades laborales debido a la propia red de contactos de todos los profesores del Máster.
- Todo el Máster se realiza con un ambiente 100% Global que da diferentes enfoques dependiendo de las características de los hoteles y restaurantes en diferentes partes del mundo.
- Más del 30% de los profesores se encuentran dentro del listado de los 150 profesionales más influyentes en el Turismo de España.

Asignaturas

El programa de este Máster está dividido en 6 módulos en los que se abordan un total de 12 asignaturas. A continuación, se incluye una breve descripción de algunas de ellas, de manera que el alumno pueda tener algunas nociones sobre el contenido y enfoque del plan de estudios, cuya duración es de 12 o 24 meses según la modalidad.

El Nuevo Escenario del Turismo y la Hotelería Global

Como ya hemos comentado al inicio, el sector turístico es el de mayor crecimiento en el mundo, a pesar de su contracción durante el período de pandemia.

La industria de viajes y turismo es un sector que proporciona el 9,4% del empleo, genera 277 millones puestos de trabajo alrededor del mundo. Si bien son cifras que han mermado este último año marcado por las restricciones de movilidad, se espera que crezca más de 5% anual en la próxima década. Estos datos indican que el turismo es vital y estratégico para la economía mundial, lo que aumenta la demanda de profesionales cualificados que se adaptan a la realidad de nuevas estructuras productivas basadas en la gestión constante del cambio empresarial, como puede verse en la industria hotelera.

El sector turístico y, en particular, el negocio hotelero es el que genera la mayor tasa de empleo en todo el mundo. La industria hotelera está estrechamente relacionada con otros sectores claves del desarrollo turístico; catering, eventos, entretenimiento, salud, deporte, golf, entre otros.

El Máster en Dirección de Hoteles y Gastronomía ofrecido por UCAM, miembro afiliado de la Organización Mundial del turismo (OMT), es un paso esencial para perfilar competencias profesionales y dar un gran salto en la modernización de la gestión del turismo, colaborando así a la mejora de la competitividad de las empresas y destinos turísticos.

En este módulo revisaremos la historia de la industria hotelera desde los tiempos antiguos hasta hoy. Se debatirán diversas trayectorias profesionales posibles, así como las características claves de la industria.

Los temas claves incluyen la autoevaluación y su adecuación al sector hotelero, así como las tendencias actuales en la industria. Se estudiarán negocios nuevos e innovadores modelos en hotelería y turismo, así como la cultura de servicio al cliente que constituye una parte fundamental de la industria hotelera.

Gestión de Economato y Gastronomía Hotelera

Hoy en día, se reconoce que las compras tienen un impacto abrumador en los resultados de las organizaciones. El impacto es directo en las dos áreas que intervienen en el balance final: ventas y costes. El sistema de compras se ha convertido en un eje fundamental de la industria hotelera y de la gestión de restaurantes: la búsqueda y gestión de los proveedores y la selección de la oferta con el objetivo de agregar valor a la experiencia del cliente.

De igual modo, la forma en la elaboración de los platos y el cálculo preciso del coste final de cada experiencia culinaria tiene un impacto fundamental en la cuenta de resultados de cada empresa dedicada al mundo hotelero y de la gastronomía.

Por ello, en esta asignatura los alumnos conocerán todas las diferentes funciones del área del Economato (Aprovisionamiento y Compras), prestando especial atención a los procesos clave como la adquisición y la gestión de stocks. Agregamos, además, el punto de vista de un chef ejecutivo en la elaboración de platos, con un especial énfasis en el cálculo de costes directos e indirectos de

Calidad e Innovación en Procesos

Esta materia se enfocará en el concepto de la calidad y su importancia en el sector hotelero gastronómico.

Un hotel necesita un sistema en el que se controlen los procedimientos operativos para garantizar que el servicio en cuanto a los requisitos del cliente se realice bajo los criterios de calidad estándar que ayuden a mejorar el negocio.

Uno de los objetivos más importantes para el propietario o gerente de un hotel es la satisfacción y la fidelización del cliente y el aumento del número de los mismos. Con esta base, un sistema de calidad es la herramienta precisa para identificar y analizar los puntos débiles, implementar nuevos procedimientos para mejorar, resolver problemas y para comprender las expectativas y necesidades de los clientes y ofrecer un servicio de calidad.

En esta asignatura se verán los sistemas más difundidos de calidad a nivel mundial y se darán las pautas para su implementación y puesta en marcha. También se incluyen los diferentes sistemas de calidad a implementar para garantizar una estancia segura en cualquier hotel y restaurante ante la pandemia provocada por la COVID-19.

Dirección de Habitaciones

En este módulo, cubriremos la División de Habitaciones como el core business de la industria hotelera, en otras palabras, esta gestión es considerado como el motor clave para el servicio y la excelencia del producto dentro de cada hotel.

La Dirección de Habitaciones cumple un rol fundamental en cualquier tipo de alojamiento: cuidar la experiencia general del huésped e ir más allá de sus propias expectativas. Es por ello que, además de ver cada uno de los diferentes departamentos, se hace especial hincapié en la gestión del servicio y su posterior evaluación a través de herramientas de reputación online y encuestas internas.

A continuación, se muestra una lista de los principales temas que se tratarán en el área de Administración de Alojamiento:

1. Funciones y departamentos de un hotel
2. Estructura de gestión de los hoteles
3. Función del Gerente General
4. El Comité Ejecutivo
5. Los departamentos clave en la División de habitaciones - Front Office, limpieza, conserjería y seguridad.
6. Departamento de reservas B2C.
7. Experiencia del Cliente (CX)
8. Sistemas de monitorización de la experiencia en un hotel y en un restaurante

Dirección de Eventos, Grupos y Convenciones

Más conocido como Departamento o Sector MICE (reuniones, incentivos, conferencias y eventos) es, sin duda, un factor clave para mantener la ocupación hotelera por encima de los límites de rentabilidad del mismo. De igual modo y, virando al sector gastronómico, los eventos representan en la mayoría de los establecimientos un porcentaje muy elevado de su facturación, alcanzando el

30% de media de esta.

En esta asignatura se tratarán las siguientes áreas:

- 1) Introducción a MICE
- 2) Planificadores de eventos - 10 reglas para planificar un evento
- 3) Turismo de Negocios
- 4) Tarifas y contratos de negocios
- 5) El procedimiento del hotel para planificar un evento
- 6) Ejemplos de eventos
- 7) Política de depósito y pago
- 8) Tarifas importantes de MICE
- 9) Tendencias en la industria de MICE
- 10) Congresos, Viajes de incentivos, Banquetes, bodas y grupos.

Finanzas Aplicadas a Hoteles

La asignatura ofrece una visión actual del entorno financiero en la industria hotelera, junto con un análisis de las cuestiones clave que configuran la planificación financiera del hotel y la restauración de negocios. Esta materia se centra en las particularidades de la gestión del departamento financiero de los hoteles y restaurantes.

Se abordan las finanzas hoteleras y se dan las herramientas principales para desarrollar cualquier proyecto hotelero desde el punto de vista financiero. Se hace hincapié en el desarrollo del presupuesto anual y de cualquier P & L que pueda llevarse a cabo en diferentes unidades de negocio de un hotel o un restaurante.

El sistema contable utilizado en la asignatura será **USALI o Uniform System of Accounts for the Lodging Industry** (Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria Hotelera), que es un sistema de gestión de cuentas, a modo de un plan contable, dirigido al sector hotelero y gastronómico.

En toda la industria hotelera, las empresas y los administradores necesitan confiar en la información cuantitativa para tomar decisiones. Dicha industria está inmersa en un entorno global y competitivo en el que la comprensión y el control de los costos internos son fundamentales para desarrollar, implementar y evaluar la estrategia de una empresa. De hecho, uno de los objetivos de este curso es proporcionar a los estudiantes conceptos clave de gestión de costos, herramientas y sistemas de contabilidad para que puedan utilizarlos para implementar con éxito la planificación táctica y estratégica en las organizaciones del sector.

Los alumnos estudiarán con detalle la implementación específica de sistemas de contabilidad basados en los costos internos de diferentes áreas de la gestión de la hospitalidad, tales como hospedaje, alimentos y bebidas, spa y ocio y recursos humanos.

Este aprendizaje llevará a los estudiantes a acercarse a las empresas desde una perspectiva basada en los costos que les permitirá abordar la gestión estratégica dentro de la industria de la hospitalidad identificando, controlando y evaluando fuentes críticas de costos e ingresos.

Dirección de Alimentos y Bebidas

En esta materia se aprenderá acerca de los diversos departamentos de esta fascinante división dentro de la industria hotelera. Este siempre ha sido considerado como un motor clave para el servicio y la excelencia del producto dentro de cada hotel y es típicamente una división que produce la mayoría de los gerentes generales.

Se conocerán todos sus departamentos (restaurantes, bebidas, stewarding, cocina, eventos y gestión de grupos) incluyendo la comercialización y planes de negocio. A continuación, se muestra una lista de los principales temas que se tratarán en el área de Administración de Food and Beverage

1. Introducción a alimentos y bebidas y visión y declaraciones de misión.
2. Cocina.
3. Bebidas.
4. Servicio y capacitación en Food and Beverage.
5. Innovaciones y tendencias en Food and Beverage.
6. Declaración de concepto de restaurante.
7. Apertura de restaurantes en centros turísticos en operación.
8. Comercialización de Food and Beverage.
9. Productividad e informe KPI.
10. Plan de negocios de alimentos y bebidas e incentivos.

Innovación y Dirección de Marketing Turístico y Hotelero

En esta asignatura se pretende que el alumno adquiera los conocimientos necesarios que le permitan tener una visión cercana de qué es la Innovación, los procesos innovadores y el marketing aplicados al Turismo.

A través de los casos de estudio, el alumno se acercará aún más a esos procesos: el Internet de las Cosas, la tecnología aplicada al sector turístico, la tecnología móvil y las nuevas técnicas visuales que permiten un paso más allá en la promoción turística.

Dentro del marco de la innovación y el marketing, las redes sociales alcanzan un papel fundamental, especialmente en la industria de hospitalidad y turismo. Las redes sociales son una de las herramientas esenciales en los que más se puede innovar a través de la extracción de datos a gran escala y que, a la mismo vez, juegan un papel preponderante dentro del marketing digital.

Además, es esencial la gestión de la reputación online dentro de la industria del turismo, la hotelería y la gastronomía. Las redes sociales permiten a los hoteleros tener un gran volumen de información de sus clientes, gestionar su reputación online, llegar a nuevos clientes, centrar sus acciones de marketing y publicidad, conectar con sus clientes actuales y futuros, aumentar reservas y muchas ventajas más.

Pero para llegar a sus metas, tienen que poner más esfuerzos en su estrategia online, aprender sobre los diferentes tipos de medios sociales de interacción, así cómo construir y operar el plan adecuado para sus negocios específicos o, cómo establecer los objetivos adecuados y cómo medir su éxito.

Uno de los puntos más innovadores se refiere a la utilización de la inteligencia artificial en el área de revenue management y distribución hotelera.

Perfil del estudiante

El Máster está dirigido a aquellos profesionales que deseen adquirir no solo los conocimientos teórico-prácticos relacionados con el sector hotelero y gastronómico a nivel global sino también desarrollar las técnicas, aptitudes y habilidades necesarias para desempeñar cualquier rol directivo como son la comunicación orientada al objetivo, trabajo en equipo y liderazgo.

Al finalizar el programa, los alumnos podrán desarrollar sus funciones como:

- Director de Habitaciones/Cuartos
- Director de Alimentos y Bebidas
- Director de Compras
- Controlador de Costes/Controller
- Gerente/Manager de Calidad / Reputación Online
- Gerente/Manager de Reservas
- Director/Manager de Grupos y Convenciones
- Director de Operaciones Hoteleras
- Hotel/Restaurant Community Manager

Perfil profesorado UCAM

Los profesores son las verdaderas estrellas del programa. ¿Por qué? La respuesta es que, en España, todos los Másteres Oficiales requieren que un 60% de los docentes sean Doctores y la gran mayoría de los altos ejecutivos y profesionales de casi cualquier sector no lo son, con lo cual se limitan mucho las posibilidades de que impartan clase en un Máster Oficial.

Sin embargo, en nuestros Másteres Ejecutivos, el 90% son profesionales dedicados en profundidad a la asignatura que no sólo imparten, sino que dominan en su vida profesional. ¡Esto garantiza aprender desde el punto de vista práctico y con problemas reales, en pocas palabras, aprender de los mejores! Podemos imaginar que personalidades que tienen tanto que aportar como Steve Jobs, Bill Gates, Amancio Ortega, Carlos Slim o Jack Ma no podrían impartir muchas clases en un Máster Oficial, pero seguramente no te gustaría perder la experiencia de aprender de ellos, ¿no?

El segundo punto es que los profesionales de primer nivel tienen su agenda muy limitada y con continuas variaciones, lo que les hace casi inviable tener clases con un horario prefijado. Sus horarios les impiden en muchos casos la comunicación en tiempo real con los alumnos. De igual modo que si ustedes tienen otras obligaciones además del Máster, una clase a las 10 de la mañana les puede parecer inviable, imaginen con el ritmo que tiene cada uno de sus profesores...

Pero cada profesor, que son auténticos profesionales, están encantados de compartir sus conocimientos, especialmente en un ambiente universitario y con alumnos que están ávidos de entender de forma práctica los retos que se presentan hoy y no hace dos o tres años. De forma asíncrona, los alumnos pueden nutrirse de conocimiento práctico y experiencias reales desde un prisma actual, porque cada uno de ellos está en el tope de la innovación en cada rama de conocimiento.

El mundo universitario se acerca de este modo al mundo empresarial, a la experiencia y al análisis que se lleva a cabo hoy, por los profesionales que están implementando cada día un paso más hacia la innovación. Estos Másteres Ejecutivos están pensados por estos profesores, por los

profesionales que conocen en cada momento cuáles son las necesidades de las empresas en las que ellos mismos se están desarrollando, adelantándose además a la demanda que vendrá en pocos años.

En resumen, las empresas tienen líderes, a nivel ejecutivo y a nivel técnico, y estos líderes de la industria son el perfil de cada uno de los profesores de los Másteres Ejecutivos Online que ofrece la UCAM.