



## Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

### Presentación

La Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense está localizada en el Edificio Jurídico Empresarial del Campus Universitario en pleno centro de la ciudad.

La oferta educativa para el próximo curso 2015-2016 en el Centro es:

#### Títulos de Grado:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + INGENIERÍA INFORMÁTICA**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + DERECHO**
- **GRADO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN (solo se oferta 4º curso)**

Desde el curso 2015-2016, gracias a un acuerdo de cooperación Inter-Institucional con Hochschule Bremerhaven, la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo oferta el Programa de Doble Grado Internacional en Administración y Dirección de Empresas (Business Administration & Management) de la Universidad de Vigo y Bachelor of Arts in Business Administration en Hochschule--Bremerhaven. Además, por segundo año consecutivo se oferta el programa ADE INTERNACIONAL con más de 60 créditos impartidos en inglés.

Con estos acuerdos y programas la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo apuesta por la internacionalización de los estudios y la participación de los estudiantes en programas de movilidad e intercambio, abriendo un abanico a nuevos horizontes y opciones de futuro.

En cuanto a la oferta de **POSTGRADOS** de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo:

- **MÁSTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA**
- **MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
- **MÁSTER OFICIAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

Para obtener más información visita nuestra página web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

¡Ven a visitarnos!

### Organigrama

#### EQUIPO DECANAL

##### Decana

Elena Rivo López

Teléfono: 988368800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

##### Vicedecana de Ordenación Académica y Alumnado

Mercedes Mareque Álvarez-Santullano

Teléfono: 988368728

e-mail: chedesmareque@uvigo.es

#### Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática

Diego Rodríguez-Toubes  
Teléfono: 988368747  
e-mail: drtoubes@uvigo.es

#### Vicedecano de Calidad

Marcos Álvarez Díaz  
Teléfono: 988 368 764  
e-mail: marcos.alvarez@uvigo.es

#### Vicedecana de Relaciones Internacionales

Elena De Prada Creo  
Teléfono: 988368726  
e-mail: edeprada@uvigo.es

#### Secretaria

María Beatriz González Sánchez  
Teléfono: 988368712  
e-mail: bgonzale@uvigo.es

#### Localización

Edificio Jurídico-Empresarial  
Campus Universitario Las Lagunas  
32004 Ourense

**Conserjería:** + 34 988 368 700

**Secretaría de alumnado:** +34 988 368 803; administracion.eto@uvigo.es

**Secretaría de Decanato:** +34 988 368 800; secretario.eto@uvigo.es

**Relaciones Internacionales:** edeprada@uvigo.es

**Información general:** info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Página web: www.fcetou.uvigo.es

## Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud

#### Asignaturas

##### Curso 1

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
004M097V01101	Gestión de las Organizaciones Turísticas	1c	6
004M097V01102	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos	1c	6
004M097V01103	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible	1c	6
004M097V01104	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo	1c	6
004M097V01105	Turismo Interior y Rural	1c	6

O04M097V01201	Turismo Termal y de Salud	2c	9
O04M097V01202	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo	2c	6
O04M097V01203	Prácticas Externas	2c	9
O04M097V01204	Trabajo Fin de Máster	2c	6

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	O04M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de del Río Rama, María de la Cruz Diéguez Castrillón, María Isabel Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio Verdeguer Puig, Enrique			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene por objetivo la aproximación a la gestión empresarial turística desde una triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos  Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.

C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal, etc.).
C14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
C21	Construir la imagen de la organización.

### Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Gestionar una empresa turística	A2 A3 B3 B6 B9 B13 C2 C3 C4 C7 C8 C10 C12 C14 C16 C18 C20 C21
Planificar entornos turísticos diversos con perspectiva de responsabilidad social.	A2 A3 A4 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C2 C4 C6
Organizar y dirigir equipos de trabajo en el ámbito turístico	B8 B10 B11 B12 B13
Proponer soluciones a problemas del ámbito turístico	A1 A2 A3 A4 A5 B5 B6 B8 C5

### Contenidos

Tema

Módulo I. Gestión económica	Introducción a aspectos contables y financieros de las empresas turísticas tales como las técnicas de gestión económico-financieras o la selección de proyectos de inversión (tanto en condiciones de certeza como de incertidumbre).
Módulo II. Gestión de RRHH	Herramientas y técnicas relacionadas con el elemento humano de una organización.
Módulo III. Gestión de la calidad	Modelos de gestión de la calidad, y organismos de control y acreditación.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	55	55
Trabajos tutelados	0	75	75
Sesión magistral	17	0	17
Otras	1	0	1

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Seminarios	Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Trabajos tutelados	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Atención de las necesidades y consultas del estudiante relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se desarrollará en el aula, en el despacho y mediante el correo electrónico o el campus virtual.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias. Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes. Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título.	40	A1	B1	C2
			A2	B2	C3
			A3	B3	C4
			A4	B4	C5
			A5	B5	C6
				B6	C7
				B7	C8
				B8	C10
				B9	C12
				B10	C14
				B11	C16
				B12	C18
				B13	C20
		C21			

Trabajos tutelados	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias	40	A1	B1	C2
	Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes		A2	B2	C3
	Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título		A3	B3	C4
			A4	B4	C5
			A5	B5	C6
				B6	C7
				B7	C8
				B8	C10
				B9	C12
				B10	C14
				B11	C16
				B12	C18
				B13	C20
			C21		
Otras	Prueba de seguimiento para valoración por el profesorado de la adquisición de competencias; Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes; Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	20	A1	B1	C2
			A2	B2	C3
			A3	B3	C4
			A4	B4	C5
			A5	B5	C6
				B6	C7
				B7	C8
				B8	C10
				B9	C12
				B10	C14
				B11	C16
				B12	C18
				B13	C20
					C21

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son: 8 de enero las 17.30 y 1 de julio las 16.00 en el seminario 0.2

En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web del Máster [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

Para la convocatoria de julio se realizará una prueba del 100% de los contenidos

OBSERVACIONES:

**Cualquier evidencia de trabajos plagiados o copiados supondrá una calificación de suspenso en las dos convocatorias**

### Fuentes de información

Mayo Rodríguez, Carlos, **Introducción a la Contabilidad Financiera**, Thompson,

Amat, Oriol, **Análisis Económico-Financiero**, Gestión 2000,

Ferruz, Luis, **Dirección Financiera**, Gestión 2000,

Ferruz, Luis; Sarto, José Luis, **Evaluación de Inversiones y Financiación**, Gestión 2000,

Irimia Diéguez A.I.; Palacín Sánchez, M.J, **Finanzas a corto plazo en las empresas turísticas**, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla,

Acosta A., Fernández N., Mollón M, **Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería**, Prentice Hall,

Rubio A, **Los recursos humanos en el sector turístico español**, Ariel,

Pardo M., Luna R., **Recursos humanos para el turismo**, Pearson,

García-Tenorio J., Sabater Ramón, **Fundamentos de Dirección y Gestión de Recursos Humanos**, Thompson,

Sastre M. y Aguilar E, **Dirección de Recursos Humanos. Un enfoque estratégico**, McgrawHill,

Julía, M.; Porche, F.; Jiménez, V. ; Verge, X, **Gestión de la calidad aplicada a hostelería y restauración**, Prentice Hall,

Claver Cortés, E.; Llopis Taverner, J. Y Tarí Guillo, J.J., **Calidad y dirección de empresas**, Civitas,

Hidalgo Nuchera, A.; León Serrano, G. Y Pavón Morote, J, **La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones.**, Pirámide,

Martínez Villa, A., **Manual de Calidad para Hoteles**, Septem,

Valls, J; Leppard J., **Como mejorar su servicio al cliente**, Gestión 2000,

### Recomendaciones





**DATOS IDENTIFICATIVOS****Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos**

Asignatura	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos			
Código	004M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio Flavián Blanco, Carlos Molinos Casal, Juan José Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)Partirase de conceptos de marketing turístico para centrarse no diseño, creación e desenvolvimento de produtos turísticos (bloque I) e posteriormente, utilízalas ferramentas do mix promocional para a súa comercialización (bloque II)			

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.

- C5 Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
- C6 Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
- C7 Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- C8 Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- C10 Citar las técnicas de dirección empresarial.
- C11 Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- C12 Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
- C13 Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
- C14 Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
- C16 Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
- C18 Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
- C20 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- C21 Construir la imagen de la organización.

### Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Ser capaz de revisar fuentes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializarlo y promocionarlo.	A1 A2 A3 A5 C14 C16 C20 C21
Capacidad para entender y desarrollar el marketing mix de la empresa, a partir de los objetivos generales de la misma y de los específicos del departamento de marketing	A1 A2 A3 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 C2 C3 C5 C6 C7 C8 C10 C11 C12 C13 C16 C18 C20 C21

Capacidad para la aplicación y puesta en funcionamiento de estrategias comerciales dentro de un plan comercial relacionadas con las políticas de producto, precio, distribución y promoción, que se correspondan con las competencias adquiridas.

A1  
A2  
A3  
A4  
A5  
B1  
B2  
B3  
B4  
B5  
B6  
B7  
B9  
B13  
C2  
C3  
C4  
C5  
C6  
C7  
C8  
C10  
C11  
C12  
C13  
C14  
C16  
C18  
C20  
C21

---

Ser capaz de diseñar, crear y desarrollar productos turísticos en función de las necesidades del mercado

A1  
A2  
A3  
A4  
A5  
B1  
B2  
B3  
B6  
B7  
B9  
B10  
B12  
C3  
C4  
C8  
C11  
C13  
C14  
C16  
C20  
C21

---

Capacidad para definir un plan de comunicación integral que contribuya a poner en valor los paquetes creados, ayudando a la organización turística a posicionarse y diferenciarse de sus competidores	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 B12 B13 C3 C4 C5 C11 C14 C20 C21
---	--

### Contenidos

Tema	
1.-Marketing estratégico y táctico.	1.1.- Introducción al marketing y Plan de marketing. 1.2.- Segmentación y Posicionamiento. 1.3.- Marketing-mix.
2.- Diseño y comercialización de productos turísticos.	2.1.- El producto turístico. 2.2.- El entorno actual y las Nuevas Tendencias en la creación de productos. 2.3.- Gestión de la Oferta. Creación de Paquetes Turísticos.
3.- Promoción de productos turísticos.	3.1.- Proceso de Comunicación, Fijación de Objetivos y Presupuesto promocional. 3.2.- Herramientas del Plan de Comunicación Integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de Productos e Imagen de Destinos Turísticos

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	129	129
Sesión magistral	20	0	20
Pruebas de respuesta corta	0	1	1

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de dos casos en grupo
Sesión magistral	Serán impartidas por los profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Juan José Molinos, Lorena Rodríguez Campo y Julio Cerviño

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Se subirán a la plataforma Fatic en las fechas estipuladas
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se subirán a la plataforma Fatic en las fechas estipuladas

### Evaluación

	Descripción	Calificación Resultados de Formación y Aprendizaje
--	-------------	--

Resolución de problemas y/o ejercicios	Se realizarán 2 casos	80	A1 A2 A3 A4 A5	B6 B9 B11	C8 C10 C11 C13 C16 C20 C21
Pruebas de respuesta corta	En la fecha del examen	20	A1	B6 B9	C8 C10 C16 C20 C21

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Para aprobar la materia se requiere superar, indistintamente, cada una de las dos partes: el examen final y los dos casos.

Es decir, se exige un mínimo del 50% en cada una de las partes para poder hacer media con la otra parte.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para el curso 2015-2016. En caso de conflicto entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las fechas señaladas en la página web: [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es)

### Fuentes de información

ALBERT PIÑOLÉ, I. (2004): *Gestión, productos y servicios de agencias de viajes*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

ALTÉS MACHÍN, CARMEN: *Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos*. Ed. Síntesis

BOULLON, ROBERTO (2004): *Marketing turístico. Una perspectiva desde la planificación*. 2ª edición. Ediciones Turísticas.

CERVIÑO, J. (2006): *Marketing Internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado*, Ediciones Pirámide, Madrid.

**EJARQUE, J. (2005): *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid.**

GARAU VADELL, J. B. (2003): *Gestión promocional de empresas turísticas*. Ed. Universidad de las Islas Baleares.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. (2004): *Marketing para turismo*, Pearson Educación, Tercera edición, Madrid.

LAZA MUÑOZ, P. y HERNANDIS BERNAL, L. (2005): *Gestión Económico Administrativa de las Agencias de Viajes*, Thomson Paraninfo, Madrid.

MUÑOZ OÑATE, F. (2000): *Marketing turístico*. Edit. Centro de estudios Ramón Areces.

PARENTEAU, ALAIN (1995): *Marketing práctico de turismo en hostelería, restauración, turismo comercial e institucional*. Edit. Síntesis.

ROCHAT, MICHEL (2000): *Marketing y gestión de la restauración*. Ed. Gestión.

### Recomendaciones

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible**

Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	004M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Domínguez Vila, Trinidad Paul Carril, Valeria			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código	
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

**Resultados de aprendizaje**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1 Distinguir conceptos de la planificación.	C1
2 Distinguir e identificar la historia de la planificación de los destinos turísticos en España en general y en Galicia en particular, teniendo en consideración un enfoque multiescalar (del campo local al conjunto del territorio español, pasando por el papel determinante de las comunidades autónomas).	C6 C9 C13
3 Identificar y enumerar elementos que aporta la sustentabilidad al turismo.	C17
4 Enumerar los impactos ambientales del turismo.	C18
5 Analizar el enfoque estratégico en la planificación, tanto en la perspectiva de los destinos como de las empresas. En lo tocante a las estrategias empresariales, acercar contenidos relativos a estrategias corporativas y a ventajas y estrategias competitivas.	C19 C20
6 Determinar qué añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	
7 Identificar cuáles son las estrategias principales de internacionalización de las empresas turísticas y su impacto en la sostenibilidad de los destinos turísticos de distintos países.	
8 Identificar los mecanismos de certificación ambiental turística de empresas y de destinos.	

**Contenidos**

Tema	
I. LA PLANIFICACIÓN EN TURISMO	1.1. Territorio y turismo. 1.2. Ordenación del territorio y turismo. 1.3. Conceptos clave en ordenación y planificación 1.4. Modelos de planificación de destinos turísticos

## II. EL ENFOQUE SOSTENIBLE EN TURISMO

- 2.1. Impactos ambientales del turismo.
- 2.2. Estrategias de desarrollo turístico sostenible.
- 2.3. Revisión de experiencias de planificación sostenible de destinos turísticos, con especial incidencia en las zonas antiguas de las ciudades.

## III. EL ENFOQUE ESTRATÉGICO EN PLANIFICACIÓN DE DESTINOS

- 3.1. Introducción y origen de la planificación estratégica.
- 3.2. Definición y limitación.
- 3.3. Estructura de los planes estratégicos
- 3.4. Prognosis estratégica.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Pruebas de respuesta corta	0	1	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	124	124

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas. Dichas clases serán impartidas en castellano o en gallego en función de la solicitud del alumnado.
Trabajos de aula	Realización de trabajos en aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: <a href="mailto:naraujo@uvigo.es">naraujo@uvigo.es</a>
Seminarios	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: <a href="mailto:naraujo@uvigo.es">naraujo@uvigo.es</a>

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Pruebas de respuesta corta	Será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello. Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10	C1 C6 C9 C13 C17 C18 C19 C20
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente). Para superar la materia será necesario entregar los tres ejercicios con una nota mínima de 4 para que hagan media. La nota final (pruebas y examen) debe ser superior o igual a 5.	90	C1 C6 C9 C13 C17 C18 C20

### Otros comentarios sobre la Evaluación

La fecha del examen en primera convocatoria será el 14 de enero de 2016 a las 16.00 horas (Seminario 0.2).

La fecha del examen en segunda convocatoria será el 7 de julio de 2016 a las 16.00 horas (Seminario 0.2). \* En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

---

## Fuentes de información

---

PAÛL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., **Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia**,

---

### Bloque 1.

ANTON, S. e GONZÁLEZ, F. (coords.) (2005): Planificación territorial del turismo. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

BLANQUER, D. (dir.) (2002): Ordenación y gestión del territorio turístico. València: Tirant lo Blanc.

GUNN, C. (1994): Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Washington/London: Taylor & Francis.

HALL, C.M. (2000): Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Harlow: Pearson Education.

HALL, C.M. e PAGE, S.J. (1999): The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space. London/New York: Routledge.

INSKEEP, E. (1994): National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. London: Routledge/World Tourism Organization.

IVARS, J. (2003): Planificación turística de los espacios regionales en España. Madrid: Síntesis. JAIMEZ, M.I. (2004): Políticas públicas y turismo. Sevilla: Junta de Andalucía. [Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/12155.pdf>]

LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.

MAZÓN, T. e ALEDO, A. (eds.) (2005): Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas. Alacant: CAM/Universitat d'Alacant.

SANTOS, X.M. (2005): Galicia en cartel. A imaxe de Galicia na cartellaría turística. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

VELASCO, M. (2004): La política turística. Gobierno y administración turística en España. València: Tirant lo Blanc.

VERA, J. (coord.) (2011): Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. València: Tirant lo Blanc.

### Bloque 2.

CARBONE, G. e YUNIS, E. (eds.) (2005): Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers. Paris/Madrid: United Nations Environment Programme/World Tourism Organization.

EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. e HAYNES, C.D.A. (2002): Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management. Gland / Cambridge: IUCN □ The World Conservation Union. [Traducción ao español: EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. e HAYNES,

C.D.A. (2003): Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión. Madrid: Organización Mundial del Turismo.]

INSKEEP, E. (1999): Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

LOIS, R.C. e SANTOS, X.M. (coords.) (2005): Desarrollo turístico sostenible en ciudades históricas. Santiago de Compostela/Lugo: Concello de Santiago de Compostela/Concello de Lugo.

LOIS, R.C. e SANTOS, X.M. (coords.) (2006): Modelos de gestión: soluciones institucionales para las ciudades históricas | Modelos de gestão: soluções institucionais para as cidades históricas. Santiago de Compostela/Porto: Concello de Santiago de Compostela/Câmara Municipal de Porto.

### OTROS RECURSOS E FONTES DE INFORMACIÓN

PÉREZ DE LAS HERAS, M. (1999): La guía del ecoturismo o cómo conservar la naturaleza a través del turismo. Madrid: Mundi-Prensa.

PÉREZ DE LAS HERAS, M. (2004): Manual del Turismo Sostenible. Madrid: Mundi Prensa.

WEARING, S. e NEIL, J. (1999): Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities. Oxford: Butterworth-Heinemann. [Traducción ao español: WEARING, S. e NEIL, J. (2000): Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades. Madrid: Síntesis.]



WEAVER, D.B. (2006): Sustainable Tourism: Theory and Practice. Oxford / Burlington: Elsevier.

Bloque 3.

CARRIÓN MAROTO, J. (2007): Estrategia: de la visión a la acción. ESIC.

EVANS, N.; CAMPBELL, D. e STONEHOUSE, G. (2008): Gestión estratégica del turismo. Síntesis.

GRANT, R.M. (1996): Dirección estratégica. Cívitas.

GUERRAS MARTÍN, L.A e NAVAS LÓPEZ, J.E. (2007): La dirección estratégica en la empresa. Cívitas.

GUISADO, M. (2002): Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros. Madrid : Pirámide

GUISADO, M. (2003): Estrategias de multinacionalización y políticas de empresa. Madrid : Pirámide.

GUISADO, M. e FERRO, C. (2008): Alianzas estratégicas : empresa y mercado. Trujillo: La Coria

---

## **Recomendaciones**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo**

Asignatura	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Ramos Valcárcel, David Ruíz Vega, Agustín			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código	
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C11	Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
C14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.

**Resultados de aprendizaje**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Comprender la importancia de la información de carácter comercial para la toma de decisiones en el ámbito tanto de la gestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	C2
Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico.	C2 C11
Conocer y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico.	C2 C14
Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos y saber tratar esos datos.	C1 C2
Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales.	C2 C3
Conocer cuáles son las nuevas tecnologías que se están utilizando en el sector turístico.	C14
Conocer cuáles son las pautas de consumo de los consumidores turísticos, así como las nuevas tendencias, gustos y hábitos.	C18

**Contenidos**

Tema	
------	--

MÓDULO I. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO	IV.1. Web 2.0 IV.1.1. Conceptos y filosofía IV.1.2. Usuario como generador de contenido (UGC) IV.1.3. Uso de los medios Blog, Wikis, Flickr, Slideshare, Youtube, Del.icio.us, Mashups IV.1.4. Como medir los resultados: Google Analytics, Google Trends IV.2. Redes Sociales IV.2.1. Conceptos y arquitectura IV.2.2. Promoción a través de Facebook, Google+, Twitter, etc. IV.3. Cloud Computing y herramientas colaborativas IV.3.1. SO en la nube: eyeOS IV.3.2. Google Docs, Dropbox. etc
MÓDULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	I.1. Mecánica de la investigación comercial I.2. Investigación cualitativa I.3. Investigación cuantitativa
MÓDULO III. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TURÍSTICO	III.1. EL CONSUMIDOR Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA III.1.1. El consumidor III.1.2. El comportamiento del consumidor y el marketing III.1.3. El proceso de decisión de compra III.1.4. Factores del proceso de decisión de compra III.2. EL CONSUMIDOR TURÍSTICO III.2.1. Factores influyentes en la compra III.2.2. El nuevo consumidor turístico III.2.3. Nuevas tendencias turísticas
MÓDULO IV. TÉCNICAS DE MUESTREO	II.1 Introducción a la teoría del muestreo en poblaciones finitas: conceptos básicos. II.2 Muestreo aleatorio simple: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Selección de una muestra por m.a.s. . II.3 Muestreo sistemático: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra. II.4 Muestreo estratificado: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales, tipos de afijación y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra. II.5 Muestreo por conglomerados: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	124	0	124
Pruebas de tipo test	1	0	1

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas
Trabajos de aula	Aplicación de la teoría a trabajos propuestos en aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos propuestos en aula.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Realización de trabajos por parte del alumna fuera de aula.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminarios	El alumno podrá contactar durante todo el curso con el coordinador de la materia en horario de tutorías o vía correo electrónico: jafraiz@uvigo.es

Trabajos de aula	El alumno podrá contactar durante todo el curso con el coordinador de la materia en horario de tutorías o vía correo electrónico: jafraiz@uvigo.es
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumno podrá contactar durante todo el curso con el coordinador de la materia en horario de tutorías o vía correo electrónico: jafraiz@uvigo.es
<b>Pruebas</b>	<b>Descripción</b>
Pruebas de tipo test	El alumno podrá contactar durante todo el curso con el coordinador de la materia en horario de tutorías o vía correo electrónico: jafraiz@uvigo.es

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	La evaluación comprenderá la realización de ejercicios y casos prácticos de cada uno de los bloques de la materia (90% de la nota). Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5. La entrega de las actividades se hará a través de faitic, menú ejercicios.	90	C18
Pruebas de tipo test	Realización de un examen de control el día fijado como tal en el calendario de exámenes (10% de la nota)	10	C18

#### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

La fecha del examen en primera convocatoria será el 8 de enero de 2016 a las 16.00 horas (Seminario 0.2).

La fecha del examen en segunda convocatoria será el 7 de julio de 2016 a las 17.30 horas (Seminario 0.2).

\* En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

#### **Fuentes de información**

- ALONSO, J. y GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor. ESIC. Madrid.
- ALTÉS C, 1995, MARKETING Y TURISMO. MADRID: SÍNTESIS
- DE BORJA, L. et al (2002): El consumidor turístico. ESIC. Madrid.
- DÍEZ, E; LANDA, J (2002): MARKETING: INVESTIGACIÓN COMERCIAL. MADRID: PIRÁMIDE
- FERNÁNDEZ A (2002):INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO MADRID ESIC
- GARCÍA E (2001):CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE SOL Y PLAYA. MADRID SÍNTESIS
- GRANDE I; ABASCAL E (2003): FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL 7ª EDICIÓN MADRID ESIC.
- GONZÁLEZ M.A. (2000): INVESTIGACIÓN COMERCIAL. MADRID ESIC
- KOTLER, P. et al (2003): Marketing para Turismo. Pearson Education.
- MALHOTRA N (1997):INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UN ENFOQUE PRÁCTICO 2ª EDICIÓN, MÉXICO. PRENTICE HALL.
- MOLLÁ, A. et al (2006). Comportamiento del consumidor. Ed. UOC. Barcelona.
- MORAGUES, D. (2006): Turismo, cultura y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional. Madrid.
- SERRA, A. (2005): Marketing turístico. Pirámide. Madrid.

#### **Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Turismo Interior y Rural**

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	O04M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Nicolau González, Juan Luis			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	<a href="http://http://faitic.uvigo.es/">http://http://faitic.uvigo.es/</a>			
Descripción general	En esta asignatura se analizan los espacios turísticos de interior, así como todas las iniciativas de gestión turística para esta tipología de destinos. Dentro del turismo de interior también se abordará el turismo cultural, turismo rural y turismo urbano, entre otros.			

**Competencias**

Código	
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Prededir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal, etc.).
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
C21	Construir la imagen de la organización.

**Resultados de aprendizaje**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sintetizar los elementos y factores de la actividad turística en destinos de interior	B1 B2 B3 B6 B9 B12 B13 C7 C9 C10 C11 C17 C18 C20
Identificar la oferta y la demanda turística en destinos de interior	B1 B2 B5 C8 C11
Identificar las principales empresas y actividades turísticas en destinos de interior	B2 B3 B4 B6 C7 C12 C17 C20 C21
Evaluar e interpretar el significado de las relaciones espaciales como factores que influyen en la actividad turística	C13 C15 C17 C18 C20
Planificar recorridos turísticos en contextos urbanos y rurales	B2 B4 B6 B7 B9 B10 B11 B13 C8 C16
Encontrar y aplicar metodologías adecuadas para valorizar los potenciales turísticos en los espacios urbanos y rurales	B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C8 C11

### Contenidos

#### Tema

1. Teoría general del turismo interior	(*)
2. Patrimonio cultural y turismo	(*)
3. Turismo rural	
4. Turismo urbano	

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	15	30	45
Talleres	5	0	5

Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	70	70
Pruebas de respuesta corta	2	10	12

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Clases magistrales con utilización de recursos audiovisuales e informáticos, charlas de expertas/os.
Talleres	Taller de turismo urbano por la ciudad de Ourense. Exposición sobre el terreno de diferentes ejemplos de turismo urbano.
Foros de discusión	Esta actividad consistirá en la creación de un glosario colaborativo sobre cada uno de los temas de la asignatura. Cada participante deberá contribuir introduciendo términos a los glosarios y comentando los términos introducidos por compañeros o compañeras. Los objetivos de la actividad son los siguientes: - Construcción colaborativa de un documento sintético que contenga los términos, conceptos y elementos relevantes de la disciplina, a fin de que pueda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo el grupo. - Comprensión profunda de los conceptos abstractos y la aplicación de los mismos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Se pedirá la realización de cuatro trabajos o ejercicios prácticos, alrededor de cada uno de los temas de la asignatura.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Foros de discusión	Para la realización de los trabajos y pruebas se contará con la tutela de la coordinadora de la asignatura.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Para la realización de los trabajos y pruebas se contará con la tutela de la coordinadora de la asignatura.

  

Pruebas	Descripción
Pruebas de respuesta corta	Para la realización de los trabajos y pruebas se contará con la tutela de la coordinadora de la asignatura.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Foros de discusión	Se trata de realizar un glosario colaborativo relacionado con los contenidos de la asignatura.  Cada participante del curso deberá de contribuir como mínimo con una aportación al glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para la disciplina) y realizar también dos comentarios a definiciones incorporadas al glosario previamente por otros/as compañeros/as (aclaraciones, correcciones, ampliaciones, críticas, puntualizaciones, etc. a las definiciones de otros/as)  - Se valorará la oportuna elección del término así como su definición. - Se valorará tanto el número de aportaciones (mínimo 1) y el número de comentarios a aportaciones de otros/as compañero/las (mínimo 2), como, fundamentalmente, la calidad, rigor y relevancia de los mismos. - Asimismo, se valorará el uso de fuentes de información adecuadas y rigurosas para definir los vocablos. En este sentido, es obligatorio que el alumnado indique siempre las referencias de las fuentes empleadas.	5	B1 C11 B2 C15 B5 C17 B6 C18 B10 C20 B11 C21 B13

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	4 trabajos o ejercicios prácticos, que versarán alrededor de cada uno de los temas de la asignatura. En cada trabajo se valorará: - Precisión y claridad en la exposición de las ideas principales. - Orden y coherencia de argumentos. - Capacidad analítica, de relación, y sentido crítico - Corrección formal. - Correcto uso de las fuentes y referencias bibliográficas.	75	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B12 B13	C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C20
Pruebas de respuesta corta	Prueba de seguimiento para la evaluación de la adquisición de las competencias y conocimientos de la asignatura.	20	B1 B3 B6 B7 B8	C7 C8 C9 C10 C11 C15 C17 C20

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El conjunto de criterios de evaluación arriba expuesto constituye el sistema de evaluación continua para la convocatoria de enero.

Para superar la evaluación continua es obligatoria la realización del 100% de los trabajos y pruebas a realizar en la asignatura. Además es preciso obtener como mínimo un 5 sobre 10 en cada uno de los trabajos y pruebas.

Segunda convocatoria (julio):

Alternativa a) Examen global de los contenidos de la asignatura en el mes de julio. La calificación del examen será el 100% de la nota.

Alternativa b) Solo para los estudiantes que hayan seguido la evaluación continua y no hayan superado alguno de los trabajos o pruebas: los trabajos y pruebas suspendidos se podrán recuperar en la fecha oficial de julio establecida para la evaluación de la asignatura.

*Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Comisión Académica del Máster para el curso 2015-2016. No obstante, el calendario puede ser modificado a lo largo del curso por algún imprevisto. Consultad la página web del Máster por si hay cambios en el mismo. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la mencionada página web ([http://www.masterturismoourense.es/area\\_2.php](http://www.masterturismoourense.es/area_2.php))*

### Observación importante:

**Cualquier evidencia de pruebas o trabajos plagiados o copiados supondrá una calificación de suspenso en las dos convocatorias.**

### Fuentes de información

#### GENERAL

- Crosby, A. (Ed.) (2009): Re-inventando el turismo rural: gestion y desarrollo. Laertes: Barcelona.
- Dachary, A. C. y Arnaiz B., Stella M. (2002): Globalizacion, Turismo y Sustentabilidad. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Dachary, A. C. (2005): Turismo rural. Modelos y propuestas. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Gandara, J. M. G.; Del Alcazar, B. (2005): Global Distribution System in Hospitality; en Pizam, A. (Org.): International Encyclopedia of Hospitality Management. Elsevier Limited: Oxford.
- Garcia Henche, B. (2006): Marketing del turismo rural. Ed. Piramide: Madrid.
- Gomez Borja, M.A.; Mondejar Jimenez, J.A.; Sevilla Sevilla, C. (Coord.) (2005): Gestión del turismo cultural y de ciudad. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Lopez-Guzman Guzman, T.J.; Lara de Vicente, F. (2005): Turismo sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional.



Universidad de Córdoba, Servicio de Publicaciones.

- O.M.T. (2005): El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Publicación Madrid.
- Pulido Fernández, J. (coord.), (2008): El turismo rural. Síntesis: Madrid.
- Rodríguez González, R. (coord.), (2013): Galicia, un mundo rural vivo. UIMP: Lalín.
- Santos, X. (2012): Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas. Polígonos. nº 23 pp. 213-234
- Sparrer M. (2007): Turismo no espazo rural e desenvolvemento. Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeral de Turismo. Xunta de Galicia.
- Troitino Vinuesa, M. A.; García Marchante, J.S.; García Hernández, M. (Coord.) (2008): Destinos turísticos, viejos problemas, .nuevas soluciones?. X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (A.G.E). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Valenzuela Rubio (Coord.) (1997): Los Turismos de Interior: El retorno a la tradición viajera.UA, Ediciones: Madrid.
- Vinals Blasco M. J (2002): Turismo en espacios naturales y rurales II. Universidad Politécnica de Valencia: Valencia.

#### ESPECÍFICA

- Marques, C. P. (2006): Seeking to Escape: Sights over Approach-Avoidance Dialectics. En M. Kozak y L. Andreu (Eds.): Progress in Tourism Marketing. Amsterdam; Oxford: Elsevier. (Advances in Tourism Research), 191-205.
- Marques, C. P. y Hernández Maestro, R. M. (2005): O Marketing do Turismo Rural no Douro-Duero: Conhecendo o Cliente. En INTERREG III A-Douro-Duero Sec. XXI: Aproveitamento e Valorização dos Recursos. Vila Real: UTAD. 149-157.
- Gándara, J. M. G. (2003): Ações Comunicativas o Destino Turístico Curitiba. En: Regowski, M.; Kramer, B. (Org.): Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégia e Gestão. São Paulo: ATLAS, v. 1, 169-178.
- Pereiro, X. (2004): Para uma antropologia das relações entre os mundos rurais e os mundos urbanos, en Revista Tellus (Câmara Municipal de Vila Real).
- Pereiro Pérez, X. (2003): Patrimonialização e transformação das identidades culturais, en Portela, J. y Castro Caldas, J. (coords.): Portugal Chao. Oeiras: Celta editora, pp. 231-247.
- Pereiro Pérez, X. (2005): Galegos de vila. Antropoloxia dun espazo rurano. Santiago de Compostela: Editorial Sotelo Blanco.

---

#### Recomendaciones

---

#### Otros comentarios

Esta Guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumnado en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, se pueden requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica del curso y/o del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudieran surgir. Se le aportará al alumnado la información y las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Turismo Termal y de Salud**

Asignatura	Turismo Termal y de Salud			
Código	004M097V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 9	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Álvarez García, José Ballbé Mallol, Francisco Xavier Crecente Maseda, Mario González Diéguez, Emma Losada Sánchez, María Nieves Pérez Fernández, María Reyes Suárez Troitiño, Fernando			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>La asignatura Turismo Termal y de Salud es una asignatura fundamental dentro de la titulación ya que aporta una parte muy importante de los conocimientos en materia termal que el alumno deberá poseer al finalizar los estudios y obtener el título.</p> <p>Esta asignatura servirá como elemento fundamental de la especialización, ya que introducirá al estudiante las particularidades del sector.</p> <p>La metodología será teórico-práctica. En las clases teóricas se desarrollarán los conceptos necesarios para comprender y analizar el temario de la asignatura. En las clases prácticas se plantearán ejemplos, escenarios y casos para aplicar lo expuesto en las clases teóricas a situaciones concretas y reales.</p> <p>Tras realizar el curso los estudiantes serán capaces de definir el turismo termal, el perfil de quienes lo practican, analizar el termalismo en función de los diferentes tipos de clasificación de las aguas y disponer de una amplia visión de los principales centros termales en Galicia y España, entre otras.</p>			

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,□).
C14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.

### Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las diferencias entre las distintas clasificaciones de las aguas y las técnicas de aplicación. Así como la evaluación de la implicación que esto tiene a nivel de gestión.	A1 A2 A4 B2 B4 B6 B7 B9 C4 C14
Establecer las diferencias entre el pasado y el presente del Turismo Termal de tal forma que se evalúe el potencial turístico y las posibilidades de innovación.	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B5 B8 C8 C9 C11 C15 C16
Conocer todos los aspectos relativos a la gestión de un destino o establecimiento Termal	A1 A2 A4 B3 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B13 C5 C7 C9 C10 C12
Estudiar los principales centros termales en Galicia, España y los más relevantes del extranjero	A2 B1 B3

<b>Contenidos</b>	
Tema	
- Concepto y estrategias de Turismo Termal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Introducción al termalismo.</li> <li>o Turismo de salud y termal.</li> <li>o Sector termal.</li> <li>o Estructura del sector termal.</li> <li>o Futuro del sector.</li> <li>o Pasado, presente y futuro del termalismo.</li> <li>o Perfil del termalista.</li> </ul>
- Comercialización del Turismo de Salud	o Adaptación de los conocimientos generales del marketing y comercialización a la realidad de los diferentes productos turísticos, con especial hincapié en el turismo de salud.
- El establecimiento termal	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Centros termales.</li> <li>o Clasificación de los centros termales.</li> <li>o Apertura de un centro termal.</li> <li>o Concepto de Balneario.</li> </ul>
- Aspectos Sanitarios del termalismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Aspectos de salud relacionados con el termalismo</li> <li>o Diferentes tipos de aguas mineromedicinales</li> <li>o Técnicas hidrotermales</li> <li>o Indicaciones para la salud de los tratamientos balneoterápicos</li> </ul>

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	60	90
Seminarios	5	20	25
Talleres	5	20	25
Otros	0	8	8
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	75	75
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Sesión magistral	Clases teóricas
Seminarios	Aplicación de contenidos de clases teóricas
Talleres	Planteamiento de escenarios
Otros	Tutorías
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Investigación para resolver casos

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.

Seminarios	En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.
Talleres	En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.

<b>Evaluación</b>				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Necesaria la asistencia de un mínimo del 80% de las sesiones en la modalidad presencial	10	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C5 C7 C8 C9 C10 C11 C12 C14 C15 C16
Seminarios	Resolución de casos	30		B1 C11 B2 C14 B3 C16 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13
Talleres	Resolución de casos de aula	20		C8 C9 C14 C15 C16
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Realización de trabajo/s	20		
Pruebas de respuesta corta	Examen	20	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C5 C7 C8 C9 C10 C11

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Modalidad presencial. La materia requiere una presencialidad en la parte teórica (mínimo 80%) para poder resolver las cuestiones formuladas en el aula así como para resolver el trabajo de la materia. Así, la nota de evaluación continua supondrá el 80% de la nota final. El otro 20% corresponderá a la realización de un examen de la parte teórica. Para que se tenga en cuenta la nota de evaluación continua es necesario alcanzar una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 en el examen. En caso de no superar la evaluación continua (incluido el 80% de asistencia), el alumno tendrá que hacer un examen final que se corresponderá con el 100% de la nota.

En la modalidad semipresencial, el alumno tendrá que realizar un aprendizaje propio de los contenidos, y a partir de ellos

realizar las distintas actividades que se vayan proponiendo en la materia. La evaluación y el control del aprendizaje se corresponde con la calificación media obtenida en esas actividades, sin perjuicio de que será necesario superar un examen de control final para su validación.

En ambas modalidades, en el caso de no superar la materia en la convocatoria ordinaria, el estudiante realizará un examen final en julio.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias para el curso 2015\_16 son:

Convocatoria ordinaria: 11 marzo a las 17.00h

Convocatoria extraordinaria: 8 julio a las 16.00h

---

### **Fuentes de información**

Alén González, M. E. (2007): *Calidade de servizo en establecementos termais de Galicia*. Ed. Xunta de Galicia, Dirección Xeral de Turismo, Santiago de Compostela

Baeza, J., López, J., y Ramírez, A. (2001): *Las aguas minerales de España*. Madrid: IGME.

IET (2008): *Estudios de productos turísticos. Turismo de Salud*. Octubre. Madrid: Instituto de Estudios Turísticos

Mourelle, L.; Meijide, R.; Freire, A.; Maraver, F.; Carretero, Ml. (2009): *Técnicas hidrotermales y estética del bienestar*. Madrid: Editorial Paraninfo

Observatorio Nacional del Termalismo y Desarrollo Rural (2010): Disponible en: <http://www.observatoriotermalismo.org/>

Pérez Fernández, M.R. (2005): *Principios de hidroterapia y balneoterapia*. McGraw-Hill Interamericana de España: Madrid

Viegas, J.; Viegas, F. (2011): *Turismo de saúde e Bem-estar no mundo*. Sao Paulo: Editora Senac

---

### **Recomendaciones**

---

#### **Otros comentarios**

Tanto la asistencia a las clases como a los posibles seminarios o visitas a establecimientos se consideran de carácter obligatorio. Así como la realización de los casos prácticos de trabajos colectivos y/o individuales.

Se contempla también algunas lecturas complementarias para aumentar el conocimiento sobre la materia fuera del aula.

Se valorará positivamente la participación activa en la clase, tanto aportaciones propias, como preguntas a los ponentes y será de carácter obligatorio la puesta en común en la clase de los trabajos realizados.

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Turismo de Naturaleza y Ecoturismo**

Asignatura	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo			
Código	O04M097V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Paul Carril, Valeria			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.

**Resultados de aprendizaje**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

1 Identificar la idea de naturaleza.	A1
2 Reconocer la importancia del patrimonio, en especial del patrimonio natural, en la planificación, diseño y gestión de las actividades turísticas	A2 A3
3 Juzgar de modo crítico conceptos clave de la materia como naturaleza, espacio natural, espacio protegido, ecoturismo, etc.	A4 A5
4 Discutir los tipos de turismo en la naturaleza que la bibliografía habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades.	B8 B11
5 Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la naturaleza y aprender a caracterizarlas desde la perspectiva del márketing y teniendo en cuenta cuestiones como los precios.	B12 B13 C1 C3
6 Diseñar productos de turismo en la naturaleza, específicamente de ecoturismo.	C13
7 Identificar los impactos que el turismo tiene en los espacios naturales y en el patrimonio natural y, a partir de esta deducción, propone técnicas y métodos para gestionarlos.	C15
8 Comprender los procedimientos de planificación turística de los espacios protegidos, tanto normativos (de ordenación física o zonificación) como de gestión (con la cuestión del uso público como tema central).	
9 Identificar técnicas y métodos para la gestión adecuada del turismo en espacios protegidos, a partir de casos prácticos, discutiendo la pertinencia de la eventual participación del sector privado en esa gestión.	
10 Conseguir capacidades para trabajar en el medio natural y en los espacios naturales protegidos como profesionales o técnico/as en turismo, sobre todo en un marco colaborativo con otro/as profesionales y en el seno de organizaciones u organismos especializados.	

## Contenidos

### Tema

BLOQUE 1. LA NATURALEZA Y EL TURISMO EN LA NATURALEZA. EL TURISMO EN ESPACIOS PROTEGIDOS	1.1. Genealogía básica de la noción de naturaleza. Nuevos turismos en la naturaleza 1.2. Hacia una definición de turismo en la naturaleza. El debate turismo en la naturaleza / turismo en los espacios naturales protegidos. El debate turismo en el espacio rural / turismo en el espacio natural 1.3. Tipología de turismos en la naturaleza 1.4. Las peculiaridades del ecoturismo 1.5. El turismo en los espacios naturales protegidos: gobernanza, instrumentos de planificación y mecanismos de gestión
BLOQUE 2. EMPRESAS, PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE TURISMO EN LA NATURALEZA	2.1. Productos y actividades de turismo en la naturaleza. El turismo activo y el turismo de aventuras 2.2. Oferta empresarial en turismo de la naturaleza 2.3. Márketing y comercialización del turismo de la naturaleza.
BLOQUE 3. EL TURISMO EN LA NATURALEZA EN GALICIA	3.1. El medio natural gallego: geomorfología, climatología, hidrogeografía y biogeografía. Potenciales turísticos asociados 3.2. El estado de en medio ambiente. Los impactos ambientales del turismo en los ámbitos más frágiles de la geografía gallega 3.3. Los espacios protegidos en la Galicia. Principales categorías de protección a escala gallega, española, europea e internacional 3.4. La puesta en valor turístico de los espacios protegidos gallegos

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	1	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	124	124

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

Descripción



Seminarios	Clases teórico-prácticas. Se impartirán en castellano o gallego, en función de la petición del alumnado.
Trabajos de aula	Se realizarán trabajos en aula adaptados a la teoría expuesta.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es
Seminarios	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es
Trabajos de aula	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello en el mes de enero (de carácter obligatorio). Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10	A1 A2 A3 A4 A5	B8	C1 C3 C13 C15
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente).	90	A1 A2 A3 A4 A5	B8 B11 B12 B13	C1 C3 C13 C15

### Otros comentarios sobre la Evaluación

### Fuentes de información

PAÜL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., **Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia,**

### Recomendaciones

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Prácticas Externas**

Asignatura	Prácticas Externas			
Código	O04M097V01203			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 9	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.

C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
C21	Construir la imagen de la organización.

### Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo del master, a lo que se añade capacidad resolutiva, iniciativa, trabajo en equipo y todas las competencias indicadas en las diferentes materias.	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C18 C19 C20 C21

### Contenidos

Tema	
SEMINARIO INTRODUCTORIO A LA MATERIA	- Análisis de la situación actual del sector turístico. - Pautas y recomendaciones para la realización de las prácticas externas.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas externas	0	210	210
Seminarios	5	0	5
Informes/memorias de prácticas	0	10	10

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Prácticas externas	Realización de prácticas en una empresa del sector turístico.
Seminarios	Seminario introductorio: recomendaciones para la realización de las prácticas externas.

### **Atención personalizada**

<b>Metodologías</b>	<b>Descripción</b>
Seminarios	El alumno contará con un tutor en la propia empresa en que realice las prácticas y con un tutor en el propio master (coordinador del master: jafraiz@uvigo.es)
Prácticas externas	El alumno contará con un tutor en la propia empresa en que realice las prácticas y con un tutor en el propio master (coordinador del master: jafraiz@uvigo.es)
<b>Pruebas</b>	<b>Descripción</b>
Informes/memorias de prácticas	El alumno contará con un tutor en la propia empresa en que realice las prácticas y con un tutor en el propio master (coordinador del master: jafraiz@uvigo.es)

### **Evaluación**

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Informes/memorias de prácticas	El alumno realizará un informe en el que explicará las tareas y funciones llevadas a cabo durante las prácticas. La empresa cubrirá un impreso de valoración del alumno.	100	A1	B1	C1
			A2	B2	C2
			A3	B3	C3
			A4	B4	C4
			A5	B5	C5
				B6	C6
				B7	C7
				B8	C8
				B9	C9
				B10	C10
				B11	C11
				B12	C12
				B13	C13
					C15
		C16			
		C17			
		C18			
		C19			
		C20			
		C21			

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

### **Fuentes de información**

### **Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Trabajo Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	O04M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código	
A1	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.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	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.
A5	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.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.

- C15 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- C16 Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
- C18 Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
- C19 Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
- C21 Construir la imagen de la organización.

---

### Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
- Integrar los conocimientos asimilados sobre las diversas disciplinas impartidas durante todo el master universitario en un único trabajo.	A1 A2
- Facilitar el desarrollo de las habilidades críticas, analíticas y creativas del alumno al adaptar soluciones y métodos estudiados teóricamente a problemas reales.	A3 A4
- Proporcionar al alumno una oportunidad de observar las responsabilidades de los directivos y la complejidad en la administración del sector turístico, ya que estarán inmersos en una realidad empresarial que les planteará dudas y retos.	A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B13 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21

- Facilitar el desarrollo de las habilidades críticas, analíticas y creativas del alumno al adaptar soluciones y A1 métodos estudiados teóricamente a problemas reales. A2
- Proporcionar al alumno una oportunidad de observar las responsabilidades de los directivos y la A3 complejidad en la administración del sector turístico, ya que estarán inmersos en una realidad empresarialA4 que les planteará dudas y retos. A5

B1  
B2  
B3  
B4  
B5  
B6  
B7  
B8  
B9  
B10  
B11  
B13  
C1  
C2  
C3  
C4  
C5  
C6  
C7  
C8  
C9  
C10  
C11  
C15  
C16  
C18  
C19  
C21

## Contenidos

Tema

CÓMO ELABORAR UN TRABAJO FIN DE MASTER - Pautas y directrices para la elaboración de un trabajo fin de master.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	5	0	5
Trabajos y proyectos	0	144	144
Otras	1	0	1

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Seminarios	Seminario de pautas y recomendaciones para realizar un trabajo fin de master.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminarios	El alumno contará con un tutor para la realización del TFM y podrá consultar aspectos relativos a los trámites de entrega y defensa a la coordinación del master (secretaria@masterturismoourense.es)
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	El alumno contará con un tutor para la realización del TFM y podrá consultar aspectos relativos a los trámites de entrega y defensa a la coordinación del master (secretaria@masterturismoourense.es)
Otras	El alumno contará con un tutor para la realización del TFM y podrá consultar aspectos relativos a los trámites de entrega y defensa a la coordinación del master (secretaria@masterturismoourense.es)

## Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Trabajos y proyectos	Realización de un TFM tutorizado a lo largo del 2º cuatrimestre.	80	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21
Otras	Defensa del TFM ante un tribunal.	20			

---



---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

---



---



---

### Fuentes de información

---



---



---

### Recomendaciones

---