



(*)Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Presentation

The Business Administration and Tourism School of Ourense is located in the Business & Lawl Building of the University Campus in the heart of of the city.

The educational offer for the next course 2016-2017 is:

Titles of Degree:

- **Degree in Business Administration**
- **Degree in Tourism**
- **Double Degree Program "Business Administration + Computing Engineering"**
- **Double Degree Program "Business Administration + Law"**
- **International Double Degree in Business Administration (Germany & Spain)**

Since the academic year 2015-2016, thanks to a Inter-Institutional cooperation agreement with Hochschule Bremerhaven, the Business Administration and Tourism School offers a **International Double Degree Programme** in Business Administration & Management at the **University of Vigo** and Bachelor of Arts in Business Administration at **Hochschule - Bremerhaven**. And for a third year, the **Business Administration International Program** is offered with more than 60 credits taught in English. Since 2016-17 we offer the **Tourism International Program** with more than 39 credits taught in English.

With these agreements and programs the Business Administration and Tourism School is comitted to the internationalization of studies and the participation of students in mobility and exchanges programs, thus opening up a range of new horizons and future options.

Regarding POSTGRADUATE COURSES of the Business Administration and Tourism School:

- **Master Degree in Business Creation, Management and Innovation**
- **Master Degree in Inland Tourism and Health Management and Planning**
- **MBA in Sport**

To obtain more information visits our page web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

Come and visit us!

Organization chart

DECANAL TEAM

Dean

Elena Rivo López
Telephone: 988 368 800
e-mail: decano.eto@uvigo.es

Vicedean of Academic Planning

Mónica Villanueva Villar
Teléfono: 988368714

e-mail: monicavv@uvigo.es

Vicedean of Undergraduate Studies and ICT

Javier Sánchez Sellero
Teléfono: 988368742
e-mail: javiss@uvigo.es

Vicedean of Quality

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

Vicedean of International Relations

Elena De Prada Creo
Telephone: 988 368 726
e-mail: edeprada@uvigo.es

Secretary

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

Location

Jurídico-Empresarial Building
University Campus Las Lagunas
32004 Ourense

Caretaker's office: + 34 988 368 700.

Student enrollment office: +34 988 368 803; administracion.eto@uvigo.es

Deanship Secretary: +34 988 368 800; secretario.eto@uvigo.es

Foreign Relations: edeprada@uvigo.es

General Information: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34988 368 923.

Page web: www.fcetou.uvigo.es

(*)Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde

Subjects

Year 1st

Code	Name	Quadmester	Total Cr.
004M097V01101	Management of Tourism Organisations	1st	6
004M097V01102	Design, Marketing and Promotion of Tourism Products	1st	6
004M097V01103	Planning of Tourist Destinations and Sustainable Development	1st	6

O04M097V01104	Analysis Methods for Tourism and Influence of New Technologies in Consumption Habits	1st	6
O04M097V01105	Domestic and Rural Tourism	1st	6
O04M097V01201	Thermal and Health Tourism	2nd	9
O04M097V01202	Nature Tourism and Eco-tourism	2nd	6
O04M097V01203	External Practicals	2nd	9
O04M097V01204	The Final Master Degree Work	2nd	6

IDENTIFYING DATA**Xestión das Organizacións Turísticas**

Subject	Xestión das Organizacións Turísticas			
Code	O04M097V01101			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Lecturers	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 Vargas Sánchez, Alfonso A.			
E-mail	idieguez@uvigo.es			
Web				
General description	La materia tiene por objetivo a 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

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.

C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C14	Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Xestionar unha 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 responsabilidade social.	A2 A3 A4 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C2 C4 C6
Organizar e dirixir equipos de traballo no ámbito turístico	B8 B10 B11 B12 B13
Propor solucións a problemas do ámbito turístico	A1 A2 A3 A4 A5 B5 B6 B8 C5

Contidos

Topic

Módulo I. Xestión económica	Introducción a aspectos contables e financeiros das empresas turísticas tales como as técnicas de xestión económico-financieras, a selección de proxectos de inversión (tanto en condicións de certeza como de incertidume).
Módulo II. Xestión de RRHH	Ferramentas e técnicas relacionadas co elemento humano dunha organización.
Módulo III. Xestión da calidade	Modelos de xestión da calidade, e organismos de control e acreditación.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminarios	2	0	2
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	55	55
Traballos tutelados	0	75	75
Sesión maxistral	17	0	17
Outras	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminarios	Actividades enfocadas ao traballo sobre un tema específico, que permiten afondar ou complementar os contidos da materia. Se poden empregar como complemento das clases teóricas.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Traballos tutelados	O estudante desenvolverá exercicios ou proxectos baixo as directrices e supervisión do profesor. Pode estar vinculado o seu desenvolvemento con actividades autónomas do estudante.
Sesión maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante

Atención personalizada

Methodologies	Description
Traballos tutelados	Atención individual a alumnos na aula, en titorías e por email

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Valoración polo profesorado da adquisición de competencias. Valoración dos informes finais realizados polos estudantes. Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do 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			

Traballos tutelados	Valoración polo profesorado da adquisición de competencias Valoración dos informes finais realizados polos estudantes Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do 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
Outras	Proba de seguemento para valoración polo profesorado da adquisición de competencias; Valoración dos informes finais realizados polos estudantes; Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do 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

Other comments on the Evaluation

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son: 12 de xaneiro as 18.00 e 7 de xullo as 16.00 no seminario 0.2

En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web do Master www.masterturismoourense.es (pestaña área de traballo).

Para a convocatoria de xullo ser realizará unha proba do 100% dos contidos

OBSERVACIÓNS:

Cualquerar evidencia de traballos plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias

Bibliografía. Fontes 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,

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos**

Subject	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos			
Code	O04M097V01102			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Rodríguez Campo, María Lorena			
Lecturers	Cerviño Fernández, Julio Parra López, Eduardo Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
E-mail	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
General description	Partirase de conceptos de marketing turístico para centrarse no deseño, creación e desenvolvemento de produtos turísticos (bloque I) e posteriormente, utilizar as ferramentas do mix promocional para a súa comercialización (bloque II)			

Competencias

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C2	Analizar criticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.

- C7 Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
- C8 Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
- C10 Citar as técnicas de dirección empresarial.
- C11 Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
- C12 Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
- C13 Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
- C14 Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
- C16 Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
- C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
- C20 Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
- C21 Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Ser capaz de revisar fontes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializalo e promocionalo.	A1 A2 A3 A5 C14 C16 C20 C21
Capacidade para entender e desenvolver o marketing mix da empresa, a partir dos obxectivos xerais da mesma e dos específicos do 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

Capacidade para a aplicación e posta en funcionamento de estratexias comerciais dentro dun plan comercial relacionadas coas políticas de produto, precio, distribución e promoción, que se corresponda coas 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 deseñar, crear e desenvolver produtos turísticos en función das necesidades do mercado

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

Capacidade para definir un plan de comunicación integral que contribúa a por en valor os paquetes creados, axudando a organización turística a posicionarse e diferenciarse dos seus 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
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Contidos

Topic	
1.- Marketing estratéxico e táctico	1.1.-Introdución ao marketing e Plan de marketing. 1.2.- Segmentación e Posicionamiento.
2.- Deseño e comercialización de produtos turísticos.	1.3.- Marketing-mix. 2.1.- O Produto turístico.
3.- Promoción de produtos turísticos.	2.2.- O entorno actual e as Novas Tendencias na creación de produtos. 2.3.- Xestión da Oferta. Creación de Paquetes Turísticos. 3.1.- Proceso de Comunicación, Fixación de Obxectivos e Presuposto promocional. 3.2.- Ferramentas do Plan de Comunicación Integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de Produtos e Imaxe de Destinos Turísticos.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	100	100
Sesión maxistral	25	0	25
Probas de resposta curta	1	24	25

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Resolución de problemas e/ou exercicios	Realización de dos casos en grupo.
Sesión maxistral	Serán impartidas por los profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Alexandra Seara Sobrino, Lorena Rodríguez Campo, Julio Cerviño Fernández e Eduardo Parra López.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Sesión maxistral	O alumnado ten ao redor de 6 horas á semana nas que será atendido de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico. Non forma parte da avaliación
Resolución de problemas e/ou exercicios	alumnado ten ao redor de 6 horas á semana nas que será atendido de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico. Non forma parte da avaliación

Avaliación						
	Description	Qualification	Training	and Learning	Results	
Resolución de problemas e/ou exercicios	Plantearanse dous casos	80	A1	B6	C8	
			A2	B9	C10	
			A3	B11	C11	
			A4		C13	
			A5		C16	
					C20	
Probas de resposta curta	Na data do examen	20	A1	B6	C8	
				B9	C10	
					C16	
					C20	
					C21	

Other comments on the Evaluation

Para aprobar a materia requírese superar, indistintamente, cada unha das dúas partes: o exame final e os dous casos.

É dicir, esíxese un mínimo do 50% en cada unha das partes para poder facer media coa outra parte.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2016-2017. Primeira convocatoria: 13/01/2017. Segunda convocatoria: 13/07/2017. En caso de conflito entre as datas dos exames, prevalecerán as datas sinaladas na páxina web www.masterturismoourense.es

Bibliografía. Fontes 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
- BLANCO PERIS, A. (2002): *La empresa y el producto turístico*, Civitas, Madrid.
- CERVERÓ, J. (2002): *Marketing turístico*, Octaedro, Edic Universitarias de Barcelona.
- CHIAS, J. (2004): *El negocio de la Felicidad. Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*, Prentice Hall, Madrid.
- GARCÍA HENCHE, B. (2003): *Marketing del turismo rural*. Ed. Pirámide.
- IGLESIAS TOVAR, J. R. (2000): *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Ed. Síntesis.
- LANQUAR, R. (2001): *Marketing turístico: de lo global a lo local*, Ariel, Barcelona.
- MARTIN ROJO, I. (2003): *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*, Pirámide, Madrid.
- NANCLARES FRAGOSO, J. (2001): *Marketing y planificación para restaurantes*. Edit. Paraninfo.
- REY, MANUEL (2004): *Fundamentos de marketing turístico*. Ed. Síntesis.
- SERRA, ANTONI (2002): Marketing turístico. Esic Editorial.**

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible**

Subject	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible			
Code	O04M097V01103			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Domínguez Vila, Trinidad Fraiz Brea, José Antonio Paul Carril, Valeria			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias

Code	
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar criticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C14	Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
C17	Explicar o destino turístico como sistema.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
1 Distinguir conceptos da planificación.	C1

2 Distinguir e identificar a historia da planificación dos destinos turísticos en España en xeral e en Galicia en particular, tendo en consideración un enfoque multiescalar (do campo local ao conxunto do territorio español, pasando polo papel determinante das comunidades autónomas).	B1 B2 C4 C9 C11 C17
3 Identificar e enumerar elementos que achega a sustentabilidade ao turismo.	B2 B5 C3 C14
4 Enumerar os impactos ambientais do turismo.	B5 B10 C14 C17
5 Analizar o enfoque estratéxico na planificación, tanto na perspectiva dos destinos como das empresas. No tocante ás estratexias empresariais, achegar contidos relativos a estratexias corporativas e a vantaxes e estratexias competitivas.	B1 B5 B6 B11 B12 C1 C2 C17
6 Determinar que engade a análise de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	B2 B4 B9 B12 B13 C2 C5 C7 C11
7 Identificar cales son as estratexias principais de internacionalización das empresas turísticas e o seu impacto na sustentabilidade dos destinos turísticos de distintos países.	B4 B8 B9 B10 B11 B12 B13 C2 C5 C7 C11 C14 C20
8 Identificar os mecanismos de certificación ambiental turística de empresas e de destinos.	B8 B12 C3 C13

Contidos

Topic

*I. A PLANIFICACIÓN EN TURISMO	1.1. Territorio e turismo. 1.2. Ordenación do territorio e turismo. 1.3. Conceptos clave en ordenación e planificación 1.4. Modelos de planificación de destinos turísticos
*II. O ENFOQUE SUSTENTABLE EN TURISMO	2.1. Impactos ambientais do turismo. 2.2. Estratexias de desenvolvemento turístico sustentable. 2.3. Revisión de experiencias de planificación sustentable de destinos turísticos, con especial incidencia nas zonas antigas das cidades.
*III. O ENFOQUE ESTRATÉXICO EN PLANIFICACIÓN DE DESTINOS	3.1. Introducción e orixe da planificación estratéxica. 3.2. Definición e limitación. 3.3. Estrutura dos plans estratéxicos 3.4. *Prognosis estratéxica.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminarios	15	0	15
Traballos de aula	5	0	5
Estudo de casos/análises de situacións	5	0	5
Probos de resposta curta	0	1	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	124	124

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminarios	Aulas teórico-prácticas. Ditas aulas serán impartidas en castelán ou en galego en función da solicitude do alumnado.
Traballos de aula	Realización de traballos en aula.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de casos prácticos vinculados coa materia.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Estudo de casos/análises de situacións	Na propia aula e a través de titorías individuais e colectivas.
Seminarios	Na propia aula en grupo.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Probos de resposta curta	Será necesario realizar un exame de control na data fixada para iso. Para superar a materia é de carácter obrigatorio entregar os 3 bloques de actividades, así como realizar o exame, obtendo un mínimo de 4 en cada unha das partes e unha nota media igual ou superior a 5.	10	B1 C1 B2 C4 B5 C5 B6 C7 B10 C9 C11 C13 C14 C17 C20
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumno deberá entregar tres bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma faitic, menú EXERCICIOS (no cartafol correspondente). Para superar a materia será necesario entregar o tres exercicios cunha nota mínima de 4 para que fagan media. A nota final (probos e exame) debe ser superior ou igual a 5.	90	B1 C1 B2 C2 B4 C3 B5 C4 B6 C5 B10 C7 C9 C11 C13 C14 C17 C20

Other comments on the Evaluation

A data do exame en primeira convocatoria será o 12 de xaneiro de 2017 ás 16.00 horas (Seminario 0.2).

A data do exame en segunda convocatoria será o 6 de xullo de 2016 ás 16.00 horas (Seminario 0.2).

* En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web www.masterturismoourense.es (pestaña área de traballo).

Bibliografía. Fontes de información

PAÜL, 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 cartelaría 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

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo**

Subject	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Code	O04M097V01104			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Guevara Plaza, Antonio Ramos Valcárcel, David			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web				
General description	Esta materia céntrase na investigación de mercados turísticos por mostraxe estatística e o deseño da enquisa. Creación de base de datos. Análise de datos mediante técnicas estatísticas univariábeis, bivariábeis e multivariábeis. Elaboración de informes de resultados. Análise do consumidor de turismo. Papel das novas tecnoloxías no estudo e os hábitos de consumo do potencial turista (compra de billetes por internet, procura de información e comentarios en blogs, webs, redes..., preparación de viaxes, reservas de hoteis online...).			

Competencias

Code	
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidade, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C19	Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Comprender a importancia da información de carácter comercial para a toma de decisións no ámbito tanto da xestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	B1 B7 B8 B10 B11 B12 B13

Identificar os principais estudos e fontes de información e investigación no ámbito turístico.	B12 C19
Coñecer e elixir dun modo adecuado entre os diferentes métodos de captación de información para un estudo de carácter turístico.	B1 B6 B7 B8 B12 C19
Ser capaz de establecer ferramentas de recollida de datos e saber tratar eses datos.	B6 B12 C18 C19
Ser capaz de realizar unha investigación comercial para axudar á toma de decisións empresariais.	B1 B2 B6 B9 B10 B12 C18 C19
Coñecer cales son as novas tecnoloxías que se están utilizando no sector turístico.	B2 B3 B9 B12
Coñecer cales son as pautas de consumo dos consumidores turísticos, así como as novas tendencias, gustos e hábitos.	B2 B3 B4 B5 B12 B13 C18

Contidos

Topic

MÓDULO I. NOVAS TECNOLOXÍAS APLICADAS Ao TURISMO	I.1. Web 2.0 I.1.1. Conceptos e filosofía I.1.2. Usuario como xerador de contido (UGC) I.1.3. Uso do medios Blogue, Wikis, Flickr, Slideshare, Youtube, Del.icio.us, Mashups I.1.4. Como medir os resultados: Google Analytics, Google Trends I.2. Redes Sociais I.2.1. Conceptos e arquitectura I.2.2. Promoción a través de Facebook, Google+, Twitter, etc. I.3. Cloud Computing e ferramentas colaborativas I.3.1. SO na nube: eyeOS I.3.2. Google Docs, Dropbox. etc
MÓDULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	II.1. Mecánica da investigación comercial II.2. Investigación cualitativa II.3. Investigación cuantitativa
MÓDULO III. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TURÍSTICO	III.1. O CONSUMIDOR E O COMPORTAMENTO DE COMPRA III.1.1. O consumidor III.1.2. O comportamento do consumidor e a mercadotecnia III.1.3. O proceso de decisión de compra III.1.4. Factores do proceso de decisión de compra III.2. O CONSUMIDOR TURÍSTICO III.2.1. Factores influentes na compra III.2.2. O novo consumidor turístico III.2.3. Novas tendencias turísticas

IV.1 Introducción á teoría da mostraxe en poboacións finitas: conceptos básicos.
 IV.2 Mostraxe aleatoria simple: descrición, estimadores dos parámetros poboacionais e determinación do tamaño muestral. Selección dunha mostra por m.a.s.
 IV.3 Mostraxe sistemática: descrición, estimadores dos parámetros poboacionais e determinación do tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección dunha mostra.
 IV.4 Mostraxe estratificado: descrición, estimadores dos parámetros poboacionais, tipos de afixación e determinación do tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección dunha mostra.
 IV.5 Mostraxe por conglomerados: descrición, estimadores dos parámetros poboacionais e determinación do tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección dunha mostra.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminarios	15	0	15
Traballos de aula	5	0	5
Estudo de casos/análises de situacións	5	0	5
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	124	0	124
Probas de tipo test	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminarios	Clases teórico-prácticas
Traballos de aula	Aplicación da teoría a traballos propostos en aula.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de casos prácticos propostos en aula.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Realización de traballos por parte da alumna fóra de aula.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Seminarios	Atención en grupo na propia aula.
Traballos de aula	Realización de traballos en aula baixo a supervisión do docente.
Estudo de casos/análises de situacións	Orientacións individuais para a resolución de estudos de caso.
Tests	Description
Probas de tipo test	Avaliación personalizada da materia.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	A avaliación comprenderá a realización de exercicios e casos prácticos de cada un dos bloques da materia (90% da nota). Para superar a materia é necesario entregar os supostos de todos os bloques así como realizar o exame, sendo necesaria unha nota mínima de 4 en cada unha das partes e unha media igual ou superior a 5. A entrega das actividades farase a través de faitic, menú exercicios.	90	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13 C18 C19

Probas de tipo test	Realización dun exame de control o día fixado como tal no calendario de exames (10% da nota).	10	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C18 C19
---------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	----	--------------------------------------------------------------------------------	------------

Other comments on the Evaluation

A data do exame en primeira convocatoria será o 12 de xaneiro de 2017 ás 17.00 horas (Seminario 0.2)*.

A data do exame en segunda convocatoria será o 6 de xullo de 2017 ás 18 horas (Seminario 0.2)*.

*En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web www.masterturismoourense.es (pestaña área de traballo).

Bibliografía. Fontes 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.

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Turismo Interior e Rural**

Subject	Turismo Interior e Rural			
Code	O04M097V01105			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Lecturers	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Montfor Mir, Vicente			
E-mail	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
General description	Nesta materia analízanse os espazos turísticos de interior, así como todas as iniciativas de xestión turística para esta tipoloxía de destinos. Dentro do turismo de interior tamén se abordará o turismo cultural, turismo rural e turismo urbano, entre outros.			

Competencias

Code	
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C17	Explicar o destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
------------------------------------	-------------------------------

Sintetizar os elementos e factores da actividade turística en destinos de interior	B1 B2 B3 B6 B9 B12 B13 C7 C9 C10 C11 C17 C18 C20
Identificar a oferta e a demanda turística en destinos de interior	B1 B2 B5 C8 C11
Identificar as principais empresas e actividades turísticas en destinos de interior	B2 B3 B4 B6 C7 C12 C17 C20 C21
Avaliar e interpretar o significado das relacións espaciais como factores que inflúen na actividade turística	C13 C15 C17 C18 C20
Planificar percorridos turísticos en contextos urbanos e rurais	B2 B4 B6 B7 B9 B10 B11 B13 C8 C16
Atopar e aplicar metodoloxías adecuadas para valorizar os potenciais turísticos nos espazos urbanos e rurais	B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C8 C11

Contidos

Topic

1. Teoría xeral do turismo interior
2. Patrimonio cultural e turismo
3. Turismo rural
4. Turismo urbano

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Sesión maxistral	15	30	45
Obradoiros	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18

Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	70	70
Probas de resposta curta	2	10	12

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Sesión maxistral	Clases maxistras con utilización de recursos audiovisuais e informáticos, charlas de expertas/os
Obradoiros	Obradoiro de turismo urbano pola cidade de Ourense. Exposición sobre o terreo de diferentes exemplos de turismo urbano.
Foros de discusión	Esta actividade consistirá na creación dun glosario colaborativo sobre cada un dos temas da materia. Cada participante deberá contribuír introducindo termos aos glosarios e comentando os termos introducidos por compañeiros ou compañeiras. Os obxectivos da actividade son os seguintes: <input type="checkbox"/> Construción colaborativa dun documento sintético que conteña os termos, conceptos e elementos relevantes da disciplina, a fin de que poda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo o grupo. <input type="checkbox"/> Comprensión profunda dos conceptos abstractos e a aplicación dos mesmos.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Encomendarase a realización de catro traballos ou exercicios prácticos, arredor de cada un dos temas da materia.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Foros de discusión	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías) como non presenciais (consultas vía e-mail).
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías) como non presenciais (consultas vía e-mail).
Tests	Description
Probas de resposta curta	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías) como non presenciais (consultas vía e-mail).

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Foros de discusión	Trátase de realizar un glosario colaborativo relacionado cos contidos da materia. Cada participante do curso deberá de contribuír como mínimo con unha achega ao glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para a disciplina) e realizar tamén dous comentarios a definicións incorporadas ao glosario previamente por outros/as compañeiros/as (aclaracións, correccións, ampliacións, críticas, puntualizacións, etc. ás definicións de outros/as) - Valorarase a oportuna escolla de termos así como a súa definición. - Valorarase tanto o número de achegas (mínimo 1) e o número de comentarios a achegas doutros/as compañeiro/as (mínimo 2), como, fundamentalmente, a calidade, rigor e relevancia dos mesmos. - Así mesmo, valorarase o uso de fontes de información adecuadas e rigorosas para definir os vocábulos. Neste sentido, é obrigatorio que o alumnado indique sempre as referencias das fontes empregadas.	5	B1 C11 B2 C15 B5 C17 B6 C18 B10 C20 B11 C21 B13

Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	4 traballos ou exercicios prácticos, que versarán arredor de cada un dos temas da materia. En cada traballo valorarase: <input type="checkbox"/> Precisión e claridade na exposición das ideas principais. <input type="checkbox"/> Orde e coherencia de argumentos. <input type="checkbox"/> Capacidade analítica, de relación, e o sentido crítico. <input type="checkbox"/> Corrección formal. <input type="checkbox"/> Correcto uso das fontes e referencias bibliográficas.	75	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B12 B13	C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C20
Probas de resposta curta	Proba de seguimento da adquisición das competencias e coñecementos da materia.	20	B1 B3 B6 B7 B8	C7 C8 C9 C10 C11 C15 C17 C20

Other comments on the Evaluation

O conxunto de criterios de avaliación arriba exposto constitúe o sistema de avaliación continua para a convocatoria de xaneiro.

Para superar a avaliación continua é obrigatoria a realización do 100% dos traballos e probas a realizar na materia. Ademais é preciso obter como mínimo un 5 sobre 10 en cada un dos traballos e probas.

Segunda convocatoria (xullo): Alternativa a) Exame global dos contidos da materia no mes de xullo. A cualificación do exame será o 100% da nota. Alternativa b) Só para os estudantes que teñan seguido a avaliación continua e non teñan superado algún dos traballos ou probas: os traballos e probas suspendidos poderanse recuperar na data oficial de xullo establecida para a avaliación da materia.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Máster para o curso 2016-2017. Non obstante, o calendario pode ser modificado ao longo do curso por algún imprevisto. Consultade a páxina web do Máster por se hai cambios no mesmo. No caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na mencionada páxina web (http://www.masterturismoourense.es/area_2.php)

Observación importante: Calquera evidencia de probas ou traballos plaxiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias.

Bibliografía. Fontes de información

XERAL

- Crosby, A. (Ed.) (2009): Re-inventando el turismo rural: gestion y desarrollo. Laertes: Barcelona.
- Dachary, A. C. y Arnaiz B., Stella M. (2002): Globalización, 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 Cordoba, Servicio de Publicaciones.
- O.M.T. (2005): El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Publicacion 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.; Garcia Marchante, J.S.; Garcia Hernandez, 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.

ESPECIFICA

- 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 Hernandez 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 Valorizacao 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 Perez, 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 Perez, X. (2005): Galegos de vila. Antropoloxia dun espazo rurano. Santiago de Compostela: Editorial Sotelo Blanco.

Recomendacións

Other comments

Esta Guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, podéñse requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica do curso e/ou do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Achegaráselle ao alumnado a información e as pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

IDENTIFYING DATA**Turismo Termal e de Saúde**

Subject	Turismo Termal e de Saúde			
Code	O04M097V01201			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	9	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Alén González, María Elisa			
Lecturers	Alén González, María Elisa Braña Cobas, Ramón Luis Crecente Maseda, Mario González Diéguez, Emma Ladeiras , Ana Losada Sánchez, María Nieves Pérez Fernández, María Reyes			
E-mail	alen@uvigo.es			
Web				
General description	<p>A materia Turismo Termal e de Saúde é unha materia fundamental dentro da titulación xa que achega unha parte moi importante dos coñecementos en materia termal que o alumno deberá posuír ao finalizar os estudos e obter o título.</p> <p>Esta materia servirá como elemento fundamental da especialización, xa que introducirá ao estudante as particularidades do sector.</p> <p>A metodoloxía será teórico-práctica. Nas clases teóricas desenvolveranse os conceptos necesarios para comprender e analizar o temario da materia. Nas clases prácticas exporanse exemplos, escenarios e casos para aplicar o exposto nas clases teóricas a situacións concretas e reais.</p> <p>Tras realizar o curso os estudantes serán capaces de definir o turismo termal, o perfil de quen o practican, analizar o termalismo en función dos diferentes tipos de clasificación das augas e dispor dunha ampla visión dos principais centros termais en Galicia e España, entre outras.</p>			

Competencias

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.

- B13 Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
- C4 Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
- C5 Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
- C7 Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
- C8 Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
- C9 Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
- C10 Citar as técnicas de dirección empresarial.
- C11 Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
- C12 Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
- C14 Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
- C15 Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
- C16 Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecer as diferenzas entre as distintas clasificacións das augas e as técnicas de aplicación. Así como a avaliación da implicación que isto ten a nivel de xestión.	A1 A2 A4 B2 B4 B6 B7 B9 C4 C14
Establecer as diferenzas entre o pasado e o presente do Turismo Termal de tal forma que se avale o potencial turístico e as posibilidades de innovación.	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B5 B8 C8 C9 C11 C15 C16
Coñecer todos os aspectos relativos á xestión dun destino ou establecementoTermal	A1 A2 A4 B3 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B13 C5 C7 C9 C10 C12
Estudar os principais centros termais en Galicia, España e os máis relevantes do estranxeiro	A2 B1 B3

Contidos	
Topic	
- Concepto e estratexias de Turismo Termal.	<ul style="list-style-type: none"> o Introducción ao termalismo. o Turismo de saúde e termal. o Sector termal. o Estrutura do sector termal. o Futuro do sector. o Pasado, presente e futuro do termalismo. o Perfil do termalista.
- Comercialización do Turismo de Saúde	o Adaptación dos coñecementos xerais da mercadotecnia e comercialización á realidade dos diferentes produtos turísticos, con especial fincapé no turismo de saúde.
- O establecemento termal	<ul style="list-style-type: none"> o Centros termais. o Clasificación dos centros termais. o Apertura dun centro termal. o Concepto de Balneario.
- Aspectos Sanitarios do termalismo	<ul style="list-style-type: none"> o Aspectos de saúde relacionados co termalismo o Diferentes tipos de augas mineromedicinais o Técnicas hidrotermais o Indicacións para a saúde dos tratamentos balneoterápicos

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Sesión maxistral	30	60	90
Seminarios	5	20	25
Obradoiros	5	20	25
Outros	0	8	8
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	75	75
Probas de resposta curta	0	2	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Sesión maxistral	Clases teóricas
Seminarios	Aplicación de contidos de clases teóricas
Obradoiros	Formulación de escenarios
Outros	Titorías
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Investigación para resolver casos

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Sesión maxistral	Clases teóricas para exposición dos contidos principais
Seminarios	Clases de exposición de aspectos concretos da materia.
Obradoiros	Sesións prácticas.

Avaliación	
Description	Qualification Training and Learning Results

Sesión maxistral	Necesaria a asistencia dun mínimo do 80% das sesións na modalidade presencial	10	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C5 C7 C8 C9 C10 C11 C12 C14 C15 C16
Seminarios	Resolución de casos	30	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C11 C14 C16
Obradoiros	Resolución de casos de aula	20		C8 C9 C14 C15 C16
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Realización de traballo/	20		
Probos de resposta curta	Exame	20	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C5 C7 C8 C9 C10 C11

Other comments on the Evaluation

Modalidade presencial. A materia require unha presencialidade na parte teórica (mínimo 80%) para poder resolver as cuestións formuladas na aula así como para resolver o traballo da materia. Así, a nota de avaliación continua suporá o 80% da nota final. O outro 20% corresponderá á realización dun exame da parte teórica. Para que se teña en conta a nota de avaliación continua é necesario alcanzar unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no exame. En caso de non superar a avaliación continua (incluído o 80% de asistencia), o alumno terá que facer un exame final que se corresponderá co 100% da nota.

Na modalidade semipresencial, o alumno terá que realizar unha aprendizaxe propia dos contidos, e a partir deles realizar as distintas actividades que se vaian propondo na materia. A avaliación e o control da aprendizaxe correspóndese coa cualificación media obtida nesas actividades, sen prexuízo de que será necesario superar un exame de control final para a súa validación.

En ambas modalidades, no caso de non superar a materia na convocatoria ordinaria, o estudante realizará un exame final en xullo.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias para o curso 2015_16 son:

Convocatoria ordinaria: 11 marzo ás 17.00h

Convocatoria extraordinaria: 8 xullo ás 16.00h

Bibliografía. Fontes 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., yRamírez, A. (2001): *Las aguas mineralesde 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, M. (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

Recomendacións

Other comments

Tanto a asistencia ás clases como aos posibles seminarios ou visitas a establecementos considéranse de carácter obrigatorio. Así como a realización dos casos prácticos de traballos colectivos e/ou individuais.

Contéplase tamén algunhas lecturas complementarias para aumentar o coñecemento sobre a materia fose da aula.

Valorarase positivamente a participación activa na clase, tanto achegas propias, como preguntas aos relatores e será de carácter obrigatorio a posta en común na clase dos traballos realizados.

IDENTIFYING DATA**Turismo de Natureza e Ecoturismo**

Subject	Turismo de Natureza e Ecoturismo			
Code	O04M097V01202			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Diéguez Castrillón, María Isabel Paul Carril, Valeria			
E-mail	idieguez@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Identificar a idea de natureza.	A1 A5
Recoñecer a importancia do patrimonio en especial do patrimonio natural, na planificación, deseño e xestión de las actividades turísticas.	A2
Xuzgar de modo crítico conceptos clave, de materias como natureza, espazo natural, espazo protexido, ecoturismo, etc.	A3 A4 A5 B12

Discutir os tipos de turismo na natureza que a bibliografía habitualmente distingue, o ecoturismo, destacando as súas especificidades	A1 A5 B12
Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo na natureza e aprender a caracterizalas desde a perspectiva da mercadotecnia tendo en conta cuestións como os prezos	A5 B12 C15
Deseñar produtos de turismo na natureza especificamente de ecoturismo	A2 A4 A5 B8 B12
Identificar os impactos que o turismo ten nos espazos naturais e no patrimonio natural e, a partir desta dedución, propor técnicas e métodos para xestionalos.	A2 B8 B12 C13 C15
Comprender os procedementos de planificación turística dos espazos protexidos, tanto normativos (de ordenación física ou zonificación) como de xestión (coa cuestión de uso público como tema central)	A1 A5 C1
Identificar técnicas e métodos para a xestión adecuada do turismo en espazos protexidos, a partir de casos prácticos, discutindo a pertinencia da eventual participación do sector privado nesa xestión.	A1 A2 A4 A5 B8 B11 B12 C3 C13 C15
Conseguir capacidades para traballar no medio natural e nos espazos naturais protexidos como profesionais ou técnicos/as en turismo, sobre todo nun marco colaborativo con outros/outras profesionais e no seo de organizacións ou organismos especializados	A2 A3 A4 A5 B11 B12 B13 C1 C13 C15

Contidos

Topic	
BLOQUE 1. A NATUREZA E O TURISMO NA NATUREZA. O TURISMO EN ESPAZOS PROTEXIDOS	1.1. Xenealoxía básica da noción de natureza. Novos turismos na natureza 1.2. Cara a unha definición de turismo na natureza. O debate turismo na natureza / turismo nos espazos naturais protexidos. O debate turismo no espazo rural / turismo no espazo natural 1.3. Tipoloxía de turismos na natureza 1.4. As peculiaridades do *ecoturismo 1.5. O turismo nos espazos naturais protexidos: gobernanza, instrumentos de planificación e mecanismos de xestión
BLOQUE 2. EMPRESAS, PRODUTOS E ACTIVIDADES DE TURISMO NA NATUREZA	2.1. Produtos e actividades de turismo na natureza. O turismo activo e o turismo de aventuras 2.2. Oferta empresarial en turismo da natureza 2.3. Mercadotecnia e comercialización do turismo da natureza.
BLOQUE 3. O TURISMO NA NATUREZA EN GALICIA	3.1. O medio natural galego: xeomorfoloxía, climatoloxía, hidroxeografía e bioxeografía. Potenciais turísticos asociados 3.2. O estado do medio ambiente. Os impactos ambientais do turismo nos ámbitos máis fráxiles da xeografía galega 3.3. Os espazos protexidos na Galicia. Principais categorías de protección a escala galega, española, europea e internacional 3.4. A posta en valor turístico dos espazos protexidos galegos

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminarios	15	0	15

Traballos de aula	5	0	5
Estudo de casos/análises de situacións	5	0	5
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	0	1	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	124	124

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminarios	Docencia teórico-práctica na aula. Impartirase en galego ou castelán, a petición do alumnado.
Traballos de aula	Traballos adaptados á teoría.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudos de caso en función da teoría impartida.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de casos/análises de situación: o alumno poderá concertar tutoría individualizada co coordinador da materia para preguntar dúbidas sobre o caso práctico a realizar, vinculado coa teoría desenvolvida na materia
Seminarios	Os alumnos poderán discutir entre eles e preguntar dúbidas ao coordinador sobre os casos prácticos a realizar.
Traballos de aula	Nas propias aulas os alumnos debaterán e resolverán cuestións sobre a teoría que se está impartindo na propia clase.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Será necesario realizar un exame de control na data fixada para iso no mes de xaneiro (de carácter obrigatorio). Para superar a materia é de carácter obrigatorio entregar os 3 bloques de actividades, así como realizar o exame, obtendo un mínimo de 4 en cada unha das partes e unha nota media igual ou superior a 5.	10	A1 B8 C1 A2 C3 A3 C13 A4 C15 A5
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumno deberá entregar tres bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma faitic, menú EXERCICIOS (no cartafol correspondente).	90	A1 B8 C1 A2 B11 C3 A3 B12 C13 A4 B13 C15 A5

Other comments on the Evaluation

En caso de non superar a materia na primeira convocatoria (marzo) o alumno deberá de entregar de novo as actividades non entregadas ou non superadas na convocatoria de xullo (data límite de entrega o mesmo día do exame, vía FAITIC, no cartafol correspondente). Igualmente deberá repetir o exame na data fixada en xullo en caso de non superar ou non presentarse ao exame de marzo.

Data de exame da primeira convocatoria 10 de marzo de 2017.

Data de exame da segunda convocatoria 17 de xullo de 2017.

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Prácticas Externas**

Subject	Prácticas Externas			
Code	004M097V01203			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	9	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Fraiz Brea, José Antonio			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web				
General description	Contextualización das prácticas: descrición da institución/empresa. Perfís profesionais vinculados coa dirección e planificación do turismo. As prácticas externas como instrumento de desenvolvemento dos profesionais no sector turístico.			

Competencias

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que condúzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.

- C12 Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
- C13 Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
- C15 Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
- C16 Diseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
- C17 Explicar o destino turístico como sistema.
- C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
- C19 Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.
- C20 Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
- C21 Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Pór en práctica todos os coñecementos adquiridos ao longo do máster, ao que se engade capacidade resolutiva, iniciativa, traballo en equipo e todas as competencias indicadas nas 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	

Contidos

Topic	
SEMINARIO INTRODUCTORIO Á MATERIA	- Análise da situación actual do sector turístico. - Pautas e recomendacións para a realización das prácticas externas.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticas externas	0	210	210
Seminarios	5	0	5
Informes/memorias de prácticas	0	10	10

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticas externas	Realización de prácticas nunha empresa do sector turístico.
Seminarios	Seminario introductorio: recomendacións para a realización das prácticas externas.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Seminarios	Orientacións para a realización das prácticas externas.
Prácticas externas	Realización das prácticas en empresas ou institucións do sector turístico.
Tests	Description
Informes/memorias de prácticas	Resumo das actividades realizadas nas prácticas.

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Informes/memorias de prácticas	O alumno realizará un informe no que explicará as tarefas e funcións levadas a cabo durante as prácticas. A empresa cubrirá un impreso de valoración do 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			

Other comments on the Evaluation

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Traballo Fin de Máster**

Subject	Traballo Fin de Máster			
Code	O04M097V01204			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Fraiz Brea, José Antonio			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web				
General description	-Planificación, deseño e desenvolvemento dun proxecto de dirección e planificación turística. -Elaboración dunha memoria do proxecto de empresa/institución.			

Competencias

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que condúzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.

C15 Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.

C16 Diseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.

C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.

C19 Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.

C21 Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Expected results from this subject

Training and
Learning Results

-Integrar os coñecementos asimilados sobre as diversas disciplinas impartidas durante todo o máster universitario nun único traballo.

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

Xestionar unha empresa turística

-Facilitar o desenvolvemento das habilidades críticas, analíticas e creativas do alumno ao adaptar solucións e métodos estudados teoricamente a problemas reais.

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

-Proporcionar ao alumno unha oportunidade de observar as responsabilidades dos directivos e a complexidade na administración do sector turístico, xa que estarán inmersos nunha realidade empresarial que lles exporá dúbidas e retos.

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
C15
C16
C18
C19
C21

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminarios	5	0	5
Traballos e proxectos	0	144	144
Outras	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminarios	Seminario de pautas e recomendacións para realizar un traballo fin de máster.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Seminarios	Orientacións de como elaborar o TFM.
Tests	Description
Traballos e proxectos	*Tutorización individual do TFM por parte do titor.
Outras	Avaliación do TFM polo Tribunal.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Traballos e proxectos	Realización dun TFM *tutorizado ao longo do 2º cuatrimestre.	80	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
				B13	C15
					C16
		C18			
		C19			
		C21			
Outras	Defensa do TFM ante un tribunal.	20	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	C15
				B13	C16
		C18			
		C19			
		C21			

Other comments on the Evaluation

A defensa en primeira convocatoria será o 17/03/2017*. A defensa en convocatoria extraordinaria será o 14/07/2017*. *En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web www.masterturismoourense.es (pestaña área de traballo).

Bibliografía. Fuentes de información

Recomendaciones
