



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 2013-2014

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**
- **GRADO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE La INFORMACIÓN (solo se oferta cursos 2º a 4º)**

También se está impartiendo:

- **Curso Ponte para el Grado en ADE**

Si eres Diplomado/la en Ciencias Empresariales puedes obtener tu Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) en uno solo curso académico.

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 GESTION EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

Por otra parte, durante los últimos años, la Facultad de Empresariales y Turismo, potenció, de forma considerable a participación de los estudiantes en programas de movilidad: *Exchange Students*

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

Vicedecana de Calidad

María de Iana Cruz de él Rio Rama

Teléfono: 988368727

e-mail: delrio@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales

Elena De Prada Creo

Teléfono: 988368726

e-mail: edeprada@uvigo.es

Secretaría

María Beatriz González Sánchez

Teléfono: 988368712

e-mail: bgonzale@uvigo.es

COLABORADORES

Comunicación Web y Redes Sociales

Fidel Picos Sánchez

Teléfono: 988368771

e-mail: fidel@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

O04M097V01104	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo	1c	6
O04M097V01105	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	004M097V01101			
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	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio del Río Rama, María de la Cruz Diéguez Castrillón, María Isabel Sánchez Fernández, Patricio Sinde Cantorna, Ana Isabel			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	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 de titulación	
Código	
A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
B3	(*)Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	(*)Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B6	(*)Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	(*)Planear en un contexto de responsabilidad social.
B11	(*)Organizar y liderar equipos.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Aprender a gestionar, desde la creatividad y la innovación, una empresa turística.	saber saber hacer	A8 A14 B3 B11
Adoptar criterios de calidad en la gestión de empresas turísticas.	saber saber hacer	A3 B4 B6
Ofrecer una visión integradora de los distintos subsistemas que configuran el sistema organización/empresa en el sector turístico.	saber saber hacer	A5 A12 A15 B3 B6 B7 B11

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	15	0	15
Trabajos de aula	15	0	15
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	55	55
Trabajos tutelados	0	48	48
Sesión magistral	15	0	15
Otras	2	0	2
*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 afondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollos con actividades autónomas del estudiante.
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 desarrollos 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
Trabajos tutelados	Trabajos vinculados que el desarrollo de la materia	80
Otras	Prueba de seguimiento	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

A principios de cuatrimestre se publicará en la página web de la asignatura la planificación y el cronograma de actividades de la asignatura. En él incluso constarán también las fechas de entrega de trabajos.

La evaluación para la primera convocatoria consistirá:

Opción 1:

80% Calificación de los trabajos realizados a lo largo del semestre

20% prueba de seguimiento

Opción 2:

Examen del 100% de los contenidos de la materia para los que no siguieron la evaluación continua

La evaluación para la convocatoria de julio consistirá en un examen del 100% de los contenidos de la materia

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	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Alén González, María Elisa Cerviño Fernández, Julio Mazaira Castro, Andrés Molinos Casal, Juan José Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

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

Contenidos

Tema	
1.- Introducción al marketing y Plan de marketing. 2.- Segmentación y Posicionamiento. 3.- Marketing-mix. 4.- El Producto turístico. 5.- El entorno actual y las Nuevas Tendencias en la creación de productos. 6.- Gestión de la Oferta. Creación de Paquetes Turísticos. 7.- Proceso de Comunicación, Fijación de Objetivos y Presupuesto promocional. 8.- Herramientas del Plan de Comunicación Integral. 9.- Calendario/timing promocional. 10.- Marca de Productos e Imagen de Destinos Turísticos.	Conocer el marketing como concepto que engloba distintos aspectos tales como: investigación de mercados, venta, promoción, segmentación, posicionamiento, mercados objetivo, marketing-mix. Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos, diseñar productos y paquetes turísticos. Impulsar el desarrollo de ofertas turísticas específicas y la puesta en marcha de los canales de venta precisos para su correcta distribución. Presupuestarlos. Proporcionar, desde el conocimiento teórico y la experiencia práctica, el dominio de las herramientas de promoción de productos turísticos (tanto tradicionales como las surgidas con la aplicación de las TIC's) de las que puede hacer uso una empresa privada o una institución pública. Saber seleccionar los instrumentos de comunicación de los que podemos beneficiarnos en el timing promocional, teniendo en cuenta el presupuesto promocional y las técnicas de evaluación (pre y post) campañas. Creación de la imagen de marca del paquete/producto turístico. Posicionamiento acorde con la imagen del destino turístico.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	15	0	15
Tutoría en grupo	4	0	4

Trabajos tutelados	0	80	80
Proyectos	0	30	30
Sesión magistral	20	0	20
Trabajos y proyectos	0	1	1

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

Metodologías

	Descripción
Talleres	Asistencia a FITUR
Tutoría en grupo	Planteamiento de dudas sobre el trabajo final o sobre el contenido de las lecciones magistrales.
Trabajos tutelados	Realización y exposición de un trabajo final en grupo dirigido cuya evolución será seguida y evaluada en las tutorías grupales
Proyectos	Los alumnos deberán, planificar adecuadamente el trabajo-proyecto de la materia, seleccionar la tipología turística sobre la que crearán una ruta, la comercializarán y promocionarán, rganizando el marco teórico, la realización de las actividades marcadas, preparación de exposiciones,y entrega del trabajo final de 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	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Talleres	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Tutoría en grupo	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Trabajos tutelados	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Proyectos	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos y proyectos	100% de la nota, trabajo en grupo (se evaluará individualmente la asistencia y seguimiento en tutorías; la profundidad y originalidad del tema analizado; la bibliografía revisada; la defensa y presentación del trabajo y la respuesta a las preguntas planteadas por la profesora y el resto de alumnos/compañeros el día del examen).	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

- ACERENZA, M.A. (2006): *Fundamentos de Marketing Turístico*, Trillas, Sevilla.
- ALLEN GONZÁLEZ, E; RODRÍGUEZ LÓPEZ, N.; VÁZQUEZ ABAD, J. (2002): *Organización y Gestión en el Sector Turístico*.
- **BIGNÉ, E.; FONT ARLET, X; ANDREU SIMÓ, L. (2000): *Marketing de destinos turísticos*. Esic Editorial, Madrid.**
- 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.
- **SERRA, ANTONI (2002): *Marketing turístico*. Esic Editorial.**

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible**

Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible			
Código	O04M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua				
Impartición				
Departamento	Dpto. Externo			
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Ferro Soto, Carlos Antonio Guisado Tato, Manuel Paul Carril, Valeria Rodríguez Domínguez, María del Mar Vila Alonso, María Mercedes			
Correo-e	noeav_7@hotmail.com			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

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

- (*)1 Estudiar a fondo la idea de naturaleza.
 2 Entender la importancia del patrimonio, en especial del patrimonio natural, en la planificación, diseño y gestión de las actividades turísticas
 3 Juzgar de modo crítico conceptos clave de la materia como naturaleza, espacio natural, espacio protegido, ecoturismo, etc.
 4 Discutir los tipos de turismo en la naturaleza que la bibliografía habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades.
 5
 Analizar 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.
 6 Diseñar produtos de turismo na natureza, especificamente de ecoturismo.
 7 Deducir os impactos que o turismo ten nos espazos naturais e no patrimonio natural e, a partir desta dedución, propor técnicas e métodos para xestionalos.
 8
 Comprender os procedementos de planificación turística dos espazos protexidos, tanto normativos (de ordenación física ou zonificación) como de xestión (coa cuestión do uso público como tema central).
 9
 Aprender técnicas e métodos para a xestión axeitada do turismo en espazos protexidos, a partir de casos prácticos, discutindo a pertinencia da eventual participación do sector privado nesa xestión.
 10
 Acadar capacidades para traballar no medio natural e nos espazos naturais protexidos como profesionais ou técnico/as en turismo, sobre todo nun marco colaborativo con outro/as profesionais e no seo de organizacións ou organismos especializados.

Contidos

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.
IV. GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	4.1. Análisis estratégico y de competitividad. Clústers de empresas y destinos turísticos 4.2. Ventajas y estrategias competitivas de las empresas turísticas 4.3. Estrategias corporativas de las empresas turísticas 4.4. Estrategias de innovación y desempeño innovador en el sector hostelero 3.5. Certificación ambiental de empresas y destinos turísticos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	10	0	10
Estudo de casos/análises de situacións	25	0	25
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	0	100	100

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Seminarios	(*)Clases teórico-prácticas.

Traballos de aula

Estudo de casos/análises(*)Estudo de casos prácticos vinculados con la materia.
de situacións

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	El alumno tendrá en todo momento el apoyo de los docentes para la solución de problemas o realización de actividades, pudiendo hacer uso de consulta electrónica: naraujo@uvigo.es
Seminarios	El alumno tendrá en todo momento el apoyo de los docentes para la solución de problemas o realización de actividades, pudiendo hacer uso de consulta electrónica: naraujo@uvigo.es

Avaliación

	Descrición	Calificación
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	(*)Se realizarán tres traballos o probas largas a lo largo del curso. Cada una se corresponderá con un bloque de la materia.	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumno deberá entregar cuatro bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente). Asimismo, 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 4 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.

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo				
Asignatura	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	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			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descrición general				

Competencias de titulación	
Código	

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
1 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. 2 Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico. 3 Conocer y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico. 4 Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales. 5 Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos y saber tratar esos datos. 6 Conocer cuáles son las nuevas tecnologías que se están utilizando en el sector turístico. 7 Conocer cuáles son las pautas de consumo de los consumidores turísticos, así com las nuevas tendencias, gustos y hábitos.		

Contidos	
Tema	

Bloque 1. Nuevas Tecnologías aplicadas al turismo.	1. Web 2.0 1.1. Conceptos y filosofía 1.2. Usuario como generador de contenido (UGC) 1.3. Uso de los medios Blog, Wikis, Flickr, Slideshare, Youtube, Del.icio.us, Mashups 1.4. Como medir los resultados: Google Analytics, Google Trends 2. Redes Sociales 2.1. Conceptos y arquitectura 2.2. Promoción a través de Facebook, Google+, Twitter, etc. 3. Cloud Computing y herramientas colaborativas 3.1. SO en la nube: eyeOS 3.2. Google Docs, Dropbox. etc
Bloque 2. Investigación de mercados turísticas.	1. Mecánica de la investigación comercial 2. Investigación cualitativa 3. Investigación cuantitativa
Bloque 3. Estadística aplicada al turismo.	1 Introducción a la teoría del muestreo en poblaciones finitas: conceptos básicos. 2 Muestreo aleatorio simple: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Selección de una muestra por m.a.s. . 3 Muestre sistemático: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra. 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. 5 Muestreo por conglomerados: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra.
Bloque 4. Comportamiento del consumidor turístico.	1. EL CONSUMIDOR Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA 1.1. El consumidor 1.2.El comportamiento del consumidor y el marketing 1.3. El proceso de decisión de compra 1.4. Factores del proceso de decisión de compra Universidade de Vigo Guía Docente da materia 2. EL CONSUMIDOR TURÍSTICO 2.1. Factores influyentes en la compra 2.2. El nuevo consumidor turístico 2.3. Nuevas tendencias turísticas

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	149	0	149
Probas de tipo test	1	0	1

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

Metodoloxía docente	
	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	

Atención personalizada

Avaliación	
Descripción	Calificación

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Otros comentarios

EVALUACIÓN

La evaluación comprenderá la realización de ejercicios y casos prácticos de cada uno de los bloques de la materia (90% de la nota) y la realización de un examen de control el día fijado como tal en el calendario de exámenes (10% 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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo Interior e Rural				
Asignatura	Turismo Interior e Rural			
Código	004M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Álvarez García, José Carlos Villamarín, Pablo de Gueimonde Canto, Ana Isabel Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://http://fatic.uvigo.es/			
Descripción general	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 de titulación

Código	
A9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
A11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
A13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
A15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
A17	Explicar el destino turístico como sistema.
A20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
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.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
O alumnado debe ser quen de	saber	A9 A11
O alumnado debe ser quen de	saber facer	A13 A15 A17 A20 B2 B5 B6 B8
O alumnado debe ser quen de	Saber estar / ser	B10 B13

Contidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	20	30	50
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	66	66
Seminarios	15	0	15
Outros	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Clases maxistrais con utilización de recursos audiovisuais e informáticos, charlas de expertos e presentación de traballos polos alumnos
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: □ 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. □ 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.
Seminarios	Realizarase un seminario enolóxico
Outros	A final de curso, na data oficial establecida, realizarase unha proba de seguimento da materia e adquisición das competencias requiridas.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Foros de discusión	Para a realización dos traballos e probas contarase coa tutela da coordinadora da materia.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Para a realización dos traballos e probas contarase coa tutela da coordinadora da materia.

Avaliación

	Descrición	Calificación
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

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: ☐ Precisión e claridade na exposición das ideas principais. ☐ Orde e coherencia de argumentos. ☐ Capacidade analítica, de relación, e o sentido crítico. ☐ Corrección formal. ☐ Correcto uso das fontes e referencias bibliográficas.	75
Outros	Proba de seguimento. Necesario obter unha puntuación mínima de 5 sobre 10 nesta proba.	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

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.

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.

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): 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 Cordoba, Servicio de Publicaciones.
- O.M.T. (2005): El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Publicacion Madrid.
- Sparrer M. (2007): Turismo no espazo rural e desenvolvemento. Consellería de Innovación e Industria. Direccion Xeral de Turismo. Xunta de Galicia.
- Troitino Vinuesa, M. A.; Garcia Marchante, J.S.; Garcia Hernandez, M. (Coord.) (2008): Destinos turisticos, viejos problemas, .nuevas soluciones?. X Coloquio de Geografia del Turismo, Ocio y Recreacion (A.G.E). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Valenzuela Rubio (Coord.) (1997): Los Turismos de Interior: El retorno a la tradicion viajera.UA, Ediciones: Madrid.
- Vinals Blasco M. J (2002): Turismo en espacios naturales y rurales II. Universidad Politecnica 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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo Termal e de Saúde				
Asignatura	Turismo Termal e de Saúde			
Código	004M097V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Lengua	Castelán			
Impartición	Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Pérez Fernández, María Reyes			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				
Descrición general	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. Esta materia servirá como elemento fundamental da especialización, xa que introducirá ao estudante as particularidades do sector. A metodoloxía será teórico-práctica. Nas clases teóricas desenvolveranse os conceptos necesarios para comprender e analizar o temario da materia. Nas clases prácticas expóñanse exemplos, escenarios e casos para aplicar o exposto nas clases teóricas a situacións concretas e reais. 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.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Aplicar instrumentos de planificación.
A2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
A8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
A13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
A14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
A15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
A16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Coñecer as diferencias entre as distintas clasificacións de augas	saber	B1
Establecer as diferenzas entre o pasado e o presente do Turismo Termal	saber	A2 B1
Coñecer os componentes do Turismo Termal	saber	A8 B3
Estudar os principais centros termais en Galicia, España e os máis relevantes do estranxeiro	saber saber facer	A2 A15 B1 B3
Coñecer o futuro do sector termal	saber saber facer	A1 A2 A13 A14 B3
Coñecer as principais técnicas termais, qué son e para qué se utilizan	saber facer	A16

Contidos

Tema

- Concepto e estratexias de Turismo Termal.	- Introducción ao termalismo. - Turismo de saúde e termal. - Sector termal. - Estrutura do sector termal. - Futuro do sector. - Pasado, presente e futuro do termalismo. - Perfil do termalista.
- Comercialización do Turismo de Saúde	- Adaptación dos coñecementos xerais da mercadotecnia e comercialización á realidade dos diferentes produtos turísticos, con especial fincapé no turismo de saúde.
- O establecemento termal	- Centros termais. - Clasificación dos centros termais. - Apertura dun centro termal. - Concepto de Balneario.
- Aspectos Sanitarios do termalismo	- Aspectos de saúde relacionados co termalismo - Diferentes tipos de augas mineromedicinais - Técnicas hidrotermais - Indicacións para a saúde dos tratamentos balneoterápicos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
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

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

Metodoloxía docente

	Descrición
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

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Na modalidade presencial a materia require unha actitude participativa do alumno e unha asistencia presencial na que se realizarán distintos traballos e actividades tanto de forma grupal, como individual. O alumno deberá asimilar os contidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados cos contidos de cada unha das sesións. Ademais dos contidos teóricos impartidos polos profesores da Facultade os alumnos poderán coñecer o sector turístico de saúde máis a fondo coa visita de profesionais do sector que exporán as súas experiencias e coñecementos neste sentido.
Seminarios	Na modalidade presencial a materia require unha actitude participativa do alumno e unha asistencia presencial na que se realizarán distintos traballos e actividades tanto de forma grupal, como individual. O alumno deberá asimilar os contidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados cos contidos de cada unha das sesións. Ademais dos contidos teóricos impartidos polos profesores da Facultade os alumnos poderán coñecer o sector turístico de saúde máis a fondo coa visita de profesionais do sector que exporán as súas experiencias e coñecementos neste sentido.
Obradoiros	Na modalidade presencial a materia require unha actitude participativa do alumno e unha asistencia presencial na que se realizarán distintos traballos e actividades tanto de forma grupal, como individual. O alumno deberá asimilar os contidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados cos contidos de cada unha das sesións. Ademais dos contidos teóricos impartidos polos profesores da Facultade os alumnos poderán coñecer o sector turístico de saúde máis a fondo coa visita de profesionais do sector que exporán as súas experiencias e coñecementos neste sentido.

Avaliación		
	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	Necesaria a asistencia dun mínimo do 80% das sesións na modalidade presencial	10
Seminarios	Resolución de casos de aula	10
Obradoiros	Resolución de casos de aula	10
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Realización de traballo/s	20
Probas de resposta curta	Exame	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

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 50% da nota final. O outro 50% 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 as modalidades, no caso de non superar a materia na convocatoria ordinaria, o estudante realizará un exame final en xullo.

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., 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

Recomendacións

Otros comentarios

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.

Contéplanse tamén algunhas lecturas complementarias para aumentar o coñecemento sobre a materia fora 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.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo de Natureza e Ecoturismo**

Asignatura	Turismo de Natureza e Ecoturismo			
Código	O04M097V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Paul Carril, Valeria			
Correo-e	noeav_7@hotmail.com			
Web				
Descripción general	Fundamentalmente la materia pretende afrontar el estudio de las actividades y de los destinos turísticos que tienen como atractivo principal la naturaleza y que, por tanto, generan un flujo de visitantes que encuentran en la naturaleza el motivo más destacado para su desplazamiento de ocio. Al otro lado de este objetivo general, la materia se ciñe de forma específica al ecoturismo, que constituye una modalidad concreta dentro del mundo de los turismos en la naturaleza, con sus propias peculiaridades distintivas. La materia opta por acercar tanto una perspectiva general como una lectura pormenorizada de Galicia como ámbito territorial con enorme potencial en el campo objeto de estudio y que será con probabilidad el espacio de referencia para el desempeño profesional de los/de las postgraduados/las, tanto si éste se desarrolla en empresas del sector privado como si tiene lugar dentro de las administraciones públicas. La materia tiene carácter obligatorio y se sitúa en el módulo específico de Turismo de Interior y de Salud, propio del Máster de Turismo en la Universidad de Vigo. De este modo, Turismo de la Naturaleza y Ecoturismo es plenamente pertinente en el seno de la especialización por la que apostó el campus ourensano. En paralelo, Turismo Interior y Rural y Turismo Termal y de Salud completan la formación específica. Sea como fuere, el foco de atención de esta materia es distintivo en la medida en que se ponen el énfasis en todas aquellas actividades turísticas que sitúan la naturaleza, entendida en un sentido amplio, en su centro, mientras que las otras dos materias de especialidad se centran en el rural y en el termal, respectivamente			

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

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

- 1 Estudiar a fondo la idea de naturaleza.
- 2 Entender la importancia del patrimonio, en especial del patrimonio natural, en la planificación,
- *diseño *y *gestión de las actividades turísticas
- 3 *Juzgar de modo crítico conceptos clave de la materia como *naturaleza, *espacio natural,
- *espacio *protegido, *ecoturismo, etc.
- 4 Discutir *los tipos de turismo en la *naturaleza que la bibliografía habitualmente distingue,
- el *ecoturismo, destacando *sus especificidades.
- 5
- Analizar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la *naturaleza *y aprender a *caracterizarlas desde la perspectiva del marketing *y *teniendo en *cuenta cuestiones como *los
- *precios.
- 6 Diseñar productos de turismo en la naturaleza, específicamente de *ecoturismo.
- 7 Deducir los impactos que el turismo tiene en los espacios naturales y en el patrimonio natural y, a partir de esta deducción, proponer técnicas y métodos para gestionarlos.
- 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
- Aprender técnicas y métodos para la gestión idónea del turismo en espacios protegidos, a partir de casos prácticos, discutiendo la pertinencia de la eventual participación del sector
- privado en esa gestión.
- 10
- Alcanzar capacidades para trabajar en medio natural y en los espacios naturales protegidos
- como profesionales o técnico/las en turismo, sobre todo en un marco *colaborativo con otro/las profesionales y en el seno de organizaciones u organismos especializados.

saber
saber hacer
Saber estar / ser

Contidos

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. Ver y 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. Marketing 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 del medio ambiente. Los impactos ambientales del turismo en los ámbitos más frágiles de la geografía gallega. 3.3. Los espacios protegidos en 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	10	0	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	25	0	25
Pruebas de respuesta larga, de desenvolvimiento	0	100	100

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminarios	(*)Clases teórico-prácticas.
Traballos de aula	
Estudo de casos/análises(*)	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.
de situacións	

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	
Seminarios	

Avaliación

	Descrición	Calificación
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	(*)Se realizarán tres traballos o probas longas a lo largo del curso. Cada una se corresponderá con un bloque de la materia.	100

Otros comentarios sobre la Evaluación

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). Asimismo, 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.

Las partes aprobadas se guardarán para la convocatoria de julio.

Pruebas..... 90%Examen..... 10%

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

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

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

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

Poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo del master, a lo que se añade capacidad resolutoria, iniciativa, trabajo en equipo y todas las competencias indicadas en las diferentes materias.

Contidos

Tema

En la carpeta documentos y enlaces (faitic) podéis ver el listado de empresas con las que podéis hacer prácticas. Tenéis hasta el 15 de noviembre de 2013 para elegir una y subir el impreso correspondiente en faitic/ejercicios.

En caso de que alguna de las empresas elegidas no oferte tantas plazas como alumnos interesados, se seguirá como criterio de selección el expediente académico. Por ello deberéis indicar una segunda y tercera opción. El plazo para realizar las prácticas comprende los meses de abril, mayo y junio e incluso julio si es necesario. Tenéis que hacer como mínimo 300 horas, por lo que podéis indicar en la hoja si queréis abril-mayo o junio-julio, o si os es indiferente.

Es posible hacer las prácticas con una empresa del sector turístico no recogida en el listado, para lo que debéis contactar con la empresa y en caso de que quieran que hagáis las prácticas con ellos, nosotros os facilitaríamos los documentos necesarios para formalizar el convenio de prácticas. Pasado noviembre iremos contactando con vosotros para daros los papeles que la empresa tiene que firmar para formalizar vuestras prácticas.

La propia empresa valorará las prácticas (para ello le debéis entregar el impreso de evaluación que aparece en fatic).

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
--	----------------	----------------------	---------------

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

Metodología docente

Descripción

Atención personalizada

Avaliación

Descripción	Calificación
-------------	--------------

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Trabajo Fin de Máster				
Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	O04M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua				
Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Alén González, María Elisa Álvarez García, José Araújo Vila, Noelia Carlos Villamarín, Pablo de del Río Rama, María de la Cruz Fraiz Brea, José Antonio Paul Carril, Valeria Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
- Integrar los conocimientos asimilados sobre las diversas disciplinas impartidas durante todo el postgrado en un único trabajo. - Facilitar el desarrollo de las habilidades críticas, analíticas y creativas del alumno al adaptar soluciones y métodos estudiados teóricamente a problemas reales. - 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. - La Comisión del Programa Oficial de Posgrado establecerá el plazo de presentación de los Trabajos de Fin de Máster, fijada en el horario del curso (dos convocatorias, una en marzo y otra en julio) - El alumno presentará a la Coordinación del Master, 15 días naturales antes de la defensa del proyecto, 4 ejemplares del Trabajo de Fin de Master, debidamente encuadernados y presentados, que deberán contar con el visto y place del tutor. Por lo menos uno deberá ser en color y correctamente encuadernado, valiendo las 3 copias restantes con canutillo en blanco y negro, si el alumno opta por ello. También se presentará el proyecto en formato electrónico (CD con documento en formato pdf).		

Contidos

Tema

ASIGNACIÓN DE TEMA Y TUTOR

El propio alumno tendrá que proponer un tema cuyo desarrollo resulte de interés, atractivo e innovador y buscar un tutor o tutores que le orienten en el desarrollo del mismo.

En caso de que el alumno no consiga ningún tutor que dirija su tema, la Comisión Académica le asignará uno.

- Asignación de tutor:

o Se estudiarán los temas ofertados por los alumnos, y los que sean aceptados por su relevancia e interés serán asignados al tutor cuyos conocimientos sean más acordes al mismo.

- El tema del Trabajo de Fin de Máster deberá posibilitar que éste sea completado por el alumno en el número de horas correspondientes a los créditos europeos que tenga asignada esta materia en el Plan de Estudios.

- La asignación del tutor y del tema deberá producirse durante el primer cuatrimestre curso del master.

CITACIÓN PARA LA DEFENSA:

La Coordinación del Master publicará el lugar, día y hora fijados para la defensa de los Trabajos, por lo menos con siete días naturales de antelación respecto de la fecha señalada para la defensa.

DEFENSA PÚBLICA:

- La defensa del Trabajo de Fin de Máster será realizada por el alumno en sesión pública, mediante la exposición oral de su contenido o de las líneas principales del mismo, durante un tiempo máximo de 15 minutos. A continuación, el alumno contestará a las preguntas y aclaraciones que planteen los miembros de la Comisión Evaluadora.

- Será obligatorio para superar la materia Trabajo Fin de Master, que el alumno defienda éste ante la Comisión Evaluadora (Tribunal).

- La Comisión Evaluadora deliberará sobre la calificación a puerta cerrada, dando audiencia al tutor del Trabajo de Fin de Máster antes de otorgar una calificación de Suspenso.

Planificación

Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
----------------	----------------------	---------------

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

Metodología docente

Descripción

Atención personalizada

Avaliación

Descripción

Calificación

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fuentes de información

Recomendaciones

Otros comentarios

ESTRUCTURA DEL TRABAJO FIN DE MASTER:

El artículo/memoria/estudio se debe escribir con una correcta ortografía en uno de los siguientes idiomas: castellano, gallego o inglés .

Se utilizará letra cursiva sólo para expresiones de origen latino, por ejemplo, et al., o palabras de otra lengua, film. El interlineado será de 1,5, con márgenes de 2,5 cms. por los cuatro lados, y encabezado y pies a 1,25 cms.

La extensión máxima será de 60 folios (aproximadamente)

Se escribirá a una sola cara en formato A4.

Título. Conciso e informativo. Los títulos son de uso frecuente en los sistemas de recuperación de información. Evite las abreviaturas y fórmulas siempre que sea posible. Irá a un tamaño superior al resto del texto.

Autor nombres y afiliaciones. Cuando el nombre de la familia puede ser ambigua (por ejemplo, un nombre doble), por favor, indíquelo claramente. Incluya también la dirección de correo electrónico.

Resumen. Conciso y breve (longitud máxima de 150 palabras). El resumen debe indicar brevemente el propósito de la investigación, los principales resultados y conclusiones principales. Un resumen se presenta a menudo separado del artículo, por lo que debe ser capaz de estar solo.

Palabras clave. Inmediatamente después del resumen, proporcionar un máximo de 8 palabras clave, evitando términos generales, plural y múltiples conceptos (evitar, por ejemplo, «y», «de»).

La estructura del abstract sería la siguiente:

ABSTRACT

El título debe estar en negrita y centrado, con tamaño superior al resto del texto. Debe de aparecer en la portada el título, junto al autor y director. El resto del texto debe de ir en Times New Roman 12 o letra similar. Las notas a pie de página deben de ir a Times New Roman/letra similar a tamaño inferior al del resto del texto (10 si es Times New Roman). El formato de página debe ser A4 escrito con interlineado 1,5 y a una sola cara. Márgenes a 2,5 cms por los cuatro lados, y encabezado y pies a 1,25 cms. La bibliografía debe ir al final de la comunicación. Los trabajos no podrán exceder de 60 páginas.

PALABRAS CLAVE: bibliografía, encabezado, texto, times y título.

Subdivisión del artículo. Divide el artículo claramente en apartados y secciones numeradas. Subsecciones deben ser numeradas 1.1 (luego 1.1.1, 1.1.2), 1.2, etc.

Las tablas y gráficos deben de ir insertados en el texto, con su título en la parte superior y la fuente en la parte inferior:

Tabla 1: ejemplo de numeración de tabla

Fuente: INE, 2010.

Referencias

Deben de estar organizadas primero por orden alfabético y luego más ordenadas cronológicamente si es necesario. Más de una referencia del mismo autor(es) en el mismo año deben de ser identificadas por las letras "a", "b", "c", etc, colocado después del año de la publicación.

Ejemplos:

La referencia a una publicación en la revista:

Van der Geer, J., Hanraads, JA, & RA Lupton (2000): El arte de la escribir un artículo científico. Diario de Comunicaciones Científicas, 163, 51-59.

La referencia a un libro:

Strunk, W., Jr., y Blanco, E. B. (1979). Los elementos de estilo. (3ª ed.). Nueva York: Macmillan, (capítulo 4).

Referencia a un capítulo de un libro editado:

Mettam, G. R., & Adams, L. B. (1994). Cómo preparar una versión electrónica de su artículo. En B. S. Jones, R. & Z. Smith (Eds.), Introducción a la era electrónica (Pp. 281-304). Nueva York: La publicación electrónica Inc.

El Proyecto Fin de Master deberá constar necesariamente de las siguientes partes:

- a. TÍTULO
- b. ÍNDICE PAGINADO
- c. RESUMEN
- d. INTRODUCCIÓN
- e. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA
- f. METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN
- g. APLICACIÓN PRÁCTICA
- h. CONSIDERACIONES / CONCLUSIONES FINALES
- i. BIBLIOGRAFÍA
- j. ANEXOS

Cada una de las partes arriba mencionadas deben recoger la siguiente información:

- RESUMEN: recoge un breve resumen del contenido del trabajo y palabras clave.
- INTRODUCCIÓN: recoge la intención del autor, y presenta el problema o tema específico de estudio (los objetivos o hipótesis). Se describen las principales características del trabajo, una breve discusión sobre los antecedentes teóricos y empíricos, se definen los conceptos principales que serán utilizados en el estudio. También puede incluir el resumen de las partes en las que se estructuró el trabajo y el proceso de elaboración que se siguió.
- CUERPO DEL INFORME: Compuesto por: fundamentación teórica, metodología, aplicación práctica y conclusiones. Esta parte es la que desarrolla propiamente el trabajo. Está estructurada en apartados y epígrafes y recoge el 90% del trabajo. En él se describe el método sucesivo, las aportaciones conseguidas, el proceso de producción y recogida de datos y su análisis, así como los principales instrumentos y procedimientos usados. Al final se presentan los resultados y conclusiones.
- BIBLIOGRAFÍA: Al final del informe aparece la sección de referencias a obras y fuentes consultadas.
- ANEXOS: El apéndice o anexo acerca una información detallada que de otro modo distraería la lectura en el cuerpo del informe. Esta sección del trabajo incluye listas de palabras, experimentos, tablas, una muestra del cuestionario empleado o cualquier otro instrumento de la investigación. En el texto del trabajo se hace referencia a los contenidos del anexo. Un trabajo puede incluir más de un anexo.

El proyecto podrá realizarse en lengua gallega o castellana. En el caso de querer hacerlo en inglés tendrá que hablarse con la Coordinación del Master al respecto y solicitar tal supuesto.
