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 2022-2023 en el Centro es:

Títulos de Grado:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + INGENIERÍA INFORMÁTICA**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + DERECHO**
- **PROGRAMA CONJUNTO TURISMO + GEOGRAFÍA E HISTORIA**
- **GRADO EN ADE CON RECONOCIMIENTO MUTUO DE ESTUDIOS POR LA UNIVERSIDAD DE VIGO Y LA HOCHSCHULE BREMENERHAVEN (ALEMAÑA)**
- **Bachelor of arts in Cruise Tourism Management**

Desde el curso 2015-2016, gracias a un acuerdo de cooperación Inter-Institucional con Hochschule Bremerhaven, la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo oferta el **Programa de Doble Grado Internacional en Administración y Dirección de Empresas** (Business Administration & Management) de la Universidad de Vigo y Bachelor of Arts in Business Administration en Hochschule--Bremerhaven. Además, por tercer año consecutivo se oferta el programa **ADE INTERNACIONAL** con más de 60 créditos impartidos en inglés. En el curso 2016-17 se inicia la oferta del programa **TURISMO INTERNACIONAL** con más de 39 créditos impartidos en inglés.

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

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

- **MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
- **MÁSTER OFICIAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

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

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPO DECANAL

Decana
María Montserrat Cruz González
Teléfono: 988 368 800
e-mail: decano.eto@uvigo.es

Secretaria
Alberto Vaquero García
Teléfono: 988 368 762
e-mail: secretario.facultade.eto@uvigo.es

Vicedecano de Ordenación Académica
Francisco Tugores Martorell
Teléfono: 988 368 770
e-mail: ftugores@uvigo.es

Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática
Javier Sánchez Sellero
Teléfono: 988 368 742
e-mail: javiss@uvigo.es

Vicedecano de Calidad
Juan Manuel de los Rios Sánchez
Teléfono: 988 368 816
e-mail: jmrios@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales
Elena De Prada Creo
Teléfono: 988 368 726
e-mail: edeprada@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
O04M097V01101	Gestión de las Organizaciones Turísticas	1c	6
O04M097V01102	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos	1c	6
O04M097V01103	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 de Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS

Gestión de las Organizaciones Turísticas

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	O04M097V01101			
Titulacion	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 Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de Diéguez Castrillón, María Isabel Ferro Soto, Carlos Antonio Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene por objetivo la aproximación a la gestión empresarial turística desde una triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.

C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,□).
C14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Analizar las oportunidades y amenzas que plantea el entorno externo para la toam de decisiones de un sector específico	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13 C2 C3 C4 C5 C7 C10 C12 C14 C18 C20

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
Seminario	20	30	50
Resolución de problemas de forma autónoma	5	40	45
Trabajo tutelado	5	39	44
Lección magistral	10	0	10
Examen de preguntas objetivas	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.

Resolución de problemas 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.
Trabajo tutelado	Actividad consistente en el análisis de casos reales concretos sobre los contenidos de la asignatura
Lección 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
Resolución de problemas de forma autónoma	Consistirá en la resolución de dudas y cuestiones de la materia aplicables a las actividades realizadas

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas de forma autónoma	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias. Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes. Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los princiipios establecidos en la memoria del titulo.	40	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C2 C3 C4 C5 C7 C10 C12 C14 C18 C20
Trabajo tutelado	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	40	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B7 B8 B10 B11 B12 B13	C2 C4 C5
Examen de preguntas objetivas	Prueba de seguimiento para valoración por el profesorado de la adquisición de competencias. Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	20	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8	C5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación del master presencial, semipresencial y no presencial de las diferentes convocatorias son las establecidas en el calendario oficial del master.

En caso de no superar la materia en la primera convocatoria (enero) el alumno deberá de entregar de nuevo las actividades no entregadas o no superadas en la convocatoria de julio. Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o non presentarse al examen de enero.

OBSERVACIONES:

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Irimia Diéguez A.I.; Palacín Sánchez, M.J, **Finanzas a corto plazo en las empresas turísticas**, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de, 2009

Martínez Villa, A., **Manual de Calidad para Hoteles**, Septem, 2008

Martín Rojo, I; Gaspar González, Ana I., **Administración de los rescursos humanos en empresas turísticas**, Pirámide, 2010

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos				
Asignatura	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos			
Código	O04M097V01102			
Titulacion	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 Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio de la Ballina Ballina, Francisco Javier Pelegrín Borondo, Jorge Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se partirá de conceptos de márketing turístico para centrarse en el diseño, creación y desarrollo de productos turísticos (bloque I) y posteriormente, utilizar las herramientas del mix promocional para su comercialización (bloque II)			

Competencias	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.

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

Resultados de aprendizaje

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

Capacidad para la aplicación y puesta en funcionamiento de estrategias comerciales dentro de un plan comercial relacionadas con las políticas de producto, precio, distribución y promoción, que se correspondan con las competencias adquiridas.	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B13 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C10 C11 C12 C13 C14 C16 C18 C20 C21
Ser capaz de diseñar, crear y desarrollar productos turísticos en función de las necesidades del mercado	A1 A2 A3 A4 A5 B1 B2 B3 B6 B7 B9 B10 B12 C3 C4 C8 C11 C13 C14 C16 C20 C21

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

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	0	101	101
Trabajo tutelado	5	0	5
Estudio de casos	4	0	4
Seminario	25	13	38
Examen de preguntas objetivas	1	1	2

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Realización de dos casos en grupo
Trabajo tutelado	Trabajar sobre los casos de evaluación coninua
Estudio de casos	Analizaremos en profundidad dos tipologías turísticas
Seminario	Asistencia a Ferias y seminarios presenciales

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	alumnado tiene alrededor de 6 horas a la semana en las que será atendido de forma personal para solucionar dudas de la materia. También vía *online a través de correo electrónico. No me la fuere parte de la evaluación

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas	Se realizarán 2 casos	80	A1	B6	C8
			A2	B9	C10
			A3	B11	C11
			A4		C13
			A5		C16
					C20
					C21
Examen de preguntas objetivas	En la fecha del examen	20	A1	B6	C8
				B9	C10
					C16
					C20
					C21

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

JESÚS GARRIDO, **Diseño de productos turísticos**, Ediciones Paraninfo, S.A., 2018

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible				
Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	O04M097V01103			
Titulacion	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 Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Paul Carril, Valeria			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se desarrollan los elementos esenciales para la planificacion de un destino turístico con un enfoque sostenible y estratégico.			

Competencias	
Código	
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

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

2 Distinguir e identificar la historia de la planificación de los destinos turísticos en España en general y en Galicia en particular, teniendo en consideración un enfoque multiescalar (del campo local al conjunto del territorio español, pasando por el papel determinante de las comunidades autónomas).	B1 B2 C4 C9 C11 C17 C22 C22 D1
3 Identificar y enumerar elementos que acerca la sustentabilidad al turismo.	B14 B2 B14 B5 B14 B14 B14 B14 B14 C3 C22 C22 C14 C22 D1 D1
4 Enumerar los impactos ambientales del turismo.	B14 B5 B14 B14 B10 B14 C22 C14 C17 D1 D1
5 Analizar el enfoque estratégico en la planificación, tanto en la perspectiva de los destinos como de las empresas. En el *tocante a las estrategias empresariales, acercar contenidos relativos la estrategias corporativas y la ventajas y estrategias competitivas.	B14 B1 B14 B5 B6 B11 B12 C1 C2 C22 C17 D1
6 Determinar que añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	B14 B2 B4 B14 B14 B14 B9 B14 B14 B12 B13 B14 C2 C5 C7 C22 C22 C11 C22 D1 D1

7 Identificar cuáles son las estrategias principales de internacionalización de las empresas turísticas y su impacto en la sostenibilidad de los destinos turísticos de distintos países.	B4 B8 B9 B10 B11 B12 B13 C2 C5 C7 C11 C14 C20
8 Identificar los mecanismos de certificación ambiental turística de empresas y de destinos.	B14 B8 B14 B14 B12 B14 C22 C22 C3 C22 C13 D1

Contenidos	
Tema	
I. LA PLANIFICACIÓN EN TURISMO	1.1. Territorio y turismo. 1.2. Ordenación del territorio y turismo. 1.3. Conceptos clave en ordenación y planificación 1.4. Modelos de planificación de destinos turísticos
II. EL ENFOQUE SOSTENIBLE EN TURISMO	2.1. Impactos ambientales del turismo. 2.2. Estrategias de desarrollo turístico sostenible. 2.3. Revisión de experiencias de planificación sostenible de destinos turísticos, con especial incidencia en las zonas antiguas de las ciudades.
III. EL ENFOQUE ESTRATÉGICO EN PLANIFICACIÓN DE DESTINOS	3.1. Introducción y origen de la planificación estratégica. 3.2. Definición y limitación. 3.3. Estructura de los planes estratégicos 3.4. Prognosis estratégica.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	30	0	30
Trabajo tutelado	8	0	8
Estudio de casos	5	0	5
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	101	106

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

Metodologías	
	Descripción
Seminario	Clases teórico-prácticas. Dichas clases serán impartidas en castellano o en gallego en función de la solicitud del alumnado.
Trabajo tutelado	Realización de trabajos en aula.
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos	En la propia aula y a través de tutorías individuales y colectivas.
Seminario	En la propia aula en grupo.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Examen de preguntas objetivas	Será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello. Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10	B1 B2 B5 B6 B10	C1 C4 C5 C7 C9 C11 C13 C14 C17 C20
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma moovi (en la carpeta correspondiente). Para superar la materia será necesario entregar los tres ejercicios con una nota mínima de 4 para que hagan media. La nota final (pruebas y examen) debe ser superior o igual a 5.	90	B1 B2 B4 B5 B6 B10	C1 C2 C3 C4 C5 C7 C9 C11 C13 C14 C17 C20

Otros comentarios sobre la Evaluación

En caso de no superar la materia en la primera convocatoria (enero) el estudiante deberá entregar de nuevo las actividades no entregadas o no superadas, en la convocatoria de julio (fecha límite de entrega el mismo día del examen, vía MOOVI, en la carpeta correspondiente). Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o no presentarse al examen de enero.

Fechas de examen: las oficiales del calendario de exámenes del Master.

La evaluación será la misma para las 3 modalidades (presencial, semipresencial, no presencial).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PAÜL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., **Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia**, 1, Universidade de Vigo, 2011

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS

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

Asignatura	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulacion	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 Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Guevara Plaza, Antonio Ramos Valcárcel, David			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	Esta materia se centra en la investigación de mercados turísticos por muestreo estadístico y el diseño de la encuesta. Creación de base de datos. Análisis de datos mediante técnicas estadísticas univariables, bivariables y multivariables. Elaboración de informes de resultados. Análisis del consumidor de turismo. Papel de las nuevas tecnologías en el estudio y los hábitos de consumo del potencial turista (compra de billetes por internet, búsqueda de información y comentarios en blogs, webs, redes..., preparación de viajes, reservas de hoteles online...).			

Competencias

Código	
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

Comprender la importancia de la información de carácter comercial para la toma de decisiones en el ámbito tanto de la gestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	B1 B7 B8 B10 B11 B12 B13
Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico.	B12 C19
Conocer y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico.	B1 B6 B7 B8 B12 C19
Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos y saber tratar esos datos.	B6 B12 C18 C19
Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales.	B1 B2 B6 B9 B10 B12 C18 C19
Conocer cuáles son las nuevas tecnologías que se están utilizando en el sector turístico.	B2 B3 B9 B12
Conocer cuáles son las pautas de consumo de los consumidores turísticos, así como las nuevas tendencias, gustos y hábitos.	B2 B3 B4 B5 B12 B13 C18

Contenidos	
Tema	
MÓDULO I. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO	I.1. Web 2.0 I.1.1. Conceptos y filosofía I.1.2. Usuario como generador de contenido (UGC) I.1.3. Uso de los medios Blog, Wikis, Flickr, Slideshare, Youtube, Del.icio.us, Mashups I.1.4. Como medir los resultados: Google Analytics, Google Trends I.2. Redes Sociales I.2.1. Conceptos y arquitectura I.2.2. Promoción a través de Facebook, Google+, Twitter, etc. I.3. Cloud Computing y herramientas colaborativas I.3.1. SO en la nube: eyeOS I.3.2. Google Docs, Dropbox. etc
MÓDULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	II.1. Mecánica de la investigación comercial II.2. Investigación cualitativa II.3. Investigación cuantitativa
MÓDULO III. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TURÍSTICO	III.1. EL CONSUMIDOR Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA III.1.1. El consumidor III.1.2.El comportamiento del consumidor y el marketing III.1.3. El proceso de decisión de compra III.1.4. Factores del proceso de decisión de compra III.2. EL CONSUMIDOR TURÍSTICO III.2.1. Factores influyentes en la compra III.2.2. El nuevo consumidor turístico III.2.3. Nuevas tendencias turísticas

MÓDULO IV. TÉCNICAS DE MUESTREO	IV.1 Introducción a la teoría del muestreo en poblaciones finitas: conceptos básicos. IV.2 Muestreo aleatorio simple: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Selección de una muestra por m.a.s. IV.3 Muestreo sistemático: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra. IV.4 Muestreo estratificado: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales, tipos de afixación y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra. IV.5 Muestreo por conglomerados: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	30	0	30
Trabajo tutelado	8	0	8
Estudio de casos	5	0	5
Resolución de problemas de forma autónoma	5	101	106
Examen de preguntas objetivas	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Clases teórico-prácticas
Trabajo tutelado	Aplicación de la teoría a trabajos propuestos en aula.
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos propuestos en aula.
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de trabajos por parte del alumna fuera de aula.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Atención en grupo en el propio aula.
Trabajo tutelado	Realización de trabajos en aula bajo la supervisión del docente.
Estudio de casos	Orientaciones individuales para la resolución de estudios de caso.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Resolución de problemas de forma autónoma	La evaluación comprenderá la realización de ejercicios y casos prácticos de cada uno de los bloques de la materia (90% de la nota). Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5. La entrega de las actividades se hará a través de la plataforma moovi.	90	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C18 C19

Examen de preguntas objetivas	Realización de un examen de control el día fijado como tal en el calendario de exámenes (10% de la nota)	10	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C18 C19

Otros comentarios sobre la Evaluación

En caso de no superar la materia en la primera convocatoria (enero) el estudiante deberá entregar de nuevo las actividades no entregadas o no superadas, en la convocatoria de julio (fecha límite de entrega el mismo día del examen, vía MOOVI, en la carpeta correspondiente). Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o no presentarse al examen de enero.

Fechas de examen: las oficiales del calendario de exámenes del Máster.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

ALONSO, J. y GRANDE, I., **Comportamiento del consumidor**, 1, ESIC, 2004

SERRA, A., **Marketing turístico**, 1, Pirámide, 2005

MALHOTRA N, **Investigación de mercados**, 5, Prentice Hall, 2014

PARRA, E., **Gestión y dirección de empresas turísticas**, 1, McGraw-Hill, 2006

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS

Turismo Interior y Rural

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	O04M097V01105			
Titulacion	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 Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio del Valle Tuero, Eduardo Antonio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Rubio Arostegui, Juan Arturo Tarrés Falcó, Edgar			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general	En esta asignatura se analizan los espacios turísticos de interior, así como todas las iniciativas de gestión turística para esta tipología de destinos. Dentro del turismo de interior también se abordará el turismo cultural, turismo rural y turismo urbano, entre otros.			

Competencias

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

Resultados de aprendizaje

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

Contenidos
Tema
1. Teoría general del turismo interior
2. Patrimonio cultural y turismo
3. Turismo rural
4. Turismo urbano

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	20	18	38
Talleres	5	0	5

Estudio de casos	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas de forma autónoma	0	78	78
Examen de preguntas objetivas	1	5	6

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

Metodologías	
	Descripción
Seminario	Aulas teórico-prácticas.
Talleres	Taller de turismo urbano por la ciudad de Ourense. Exposición sobre el terreno de diferentes ejemplos de turismo urbano.
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos vinculados con la asignatura.
Foros de discusión	Esta actividad consistirá en la participación en foros de discusión que se crearán sobre temas relacionados con la asignatura.
Resolución de problemas de forma autónoma	Se pedirá la realización de cuatro trabajos o ejercicios prácticos, relacionados con cada uno de los temas de la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Foros de discusión	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la materia, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías presenciales en el despacho de la docente) como no presenciales (consultas vía e-mail o tutorías por Campus Remoto).
Resolución de problemas de forma autónoma	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la materia, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías presenciales en el despacho de la docente) como no presenciales (consultas vía e-mail o tutorías por Campus Remoto).
Pruebas	**Descripción**
Examen de preguntas objetivas	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la materia, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías presenciales en el despacho de la docente) como no presenciales (consultas vía e-mail o tutorías por Campus Remoto).

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Foros de discusión	Actividad consistente en realizar contribuciones a debates en foros sobre temas relacionados con los contenidos de la asignatura. Cada participante del curso deberá contribuir como mínimo con una participación en cada foro que se cree. Se valorará la calidad, rigor y relevancia de los comentarios, así como el uso de fuentes de información adecuadas y rigurosas para fundamentar las propuestas.	5	B1 B2 B5 B6 B10 B11 B13	C11 C15 C17 C18 C20 C21
Resolución de problemas de forma autónoma	4 trabajos o ejercicios prácticos, que versarán sobre cada uno de los temas de la asignatura. En cada trabajo se valorará: - Precisión y claridad en la exposición de las ideas principales. - Orden y coherencia de argumentos. - Capacidad analítica, de relación, y sentido crítico - Corrección formal. - Correcto uso de las fuentes y referencias bibliográficas.	75	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B12 B13	C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C20
Examen de preguntas objetivas	Prueba de seguimiento para la evaluación de la adquisición de las competencias y conocimientos de la asignatura.	20	B1 B3 B6 B7 B8	C7 C8 C9 C10 C11 C15 C17 C20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la evaluación es obligatorio realizar todos los trabajos y pruebas indicados anteriormente. Además, es necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en cada uno de los trabajos y pruebas.

Los estudiantes que no aprueben o no se presenten el examen de la oportunidad de enero tendrán que repetir el examen en la fecha fijada en julio.

Asimismo, en caso de no aprobar o no entregar algún trabajo en la primera convocatoria (enero) el alumnado deberá entregar las actividades no entregadas o no aprobadas, en la convocatoria de julio (la fecha límite de entrega será el día del examen, a través de Moovi, en la carpeta correspondiente).

Los estudiantes que suspendan o dejen alguna tarea sin realizar en la primera oportunidad tendrán una calificación suspensa en la primera oportunidad (enero). La nota numérica que aparecería en el acta en la primera oportunidad (enero) sería la correspondiente a la media ponderada de las distintas pruebas de evaluación, y en el caso de que la media numérica resultase de aprobado, aparecería una nota de 4,9.

La evaluación será la misma para las 3 modalidades de docencia: presencial, semipresencial y online.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las distintas convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Comisión Académica del Máster. Sin embargo, el horario podrá experimentar cambios a lo largo del curso debido a circunstancias imprevistas. En caso de conflicto o disparidad entre fechas de exámenes, prevalecerán las indicadas en la web del máster (http://www.masterturismoourense.es/)

Nota IMPORTANTE:

Cualquier constancia de prueba o tarea plagiada o copiada constituirá una calificación de suspenso en la asignatura en la convocatoria en la que se detecte la copia o plagio.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Crosby, A., **Re-inventando el turismo rural: gestion y desarrollo**, Laertes, 2009

Gomez Borja, M.A.; Mondejar Jimenez, J.A.; Sevilla Sevilla, C. (Coord.), **Gestión del turismo cultural y de ciudad**, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2005

O.M.T., **El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea**, O.M.T., 2005

Valenzuela Rubio (Coord.), **Los Turismos de Interior: El retorno a la tradicion viajera**, Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, 1997

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo Termal y de Salud				
Asignatura	Turismo Termal y de Salud			
Código	O04M097V01201			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Barreto Simões Ramos, Adriano Augusto Braña Cobas, Ramón Luis Cerdeira Lois, José Juan González Diéguez, Emma Losada Sánchez, María Nieves Melgosa Arcos, Francisco Javier Pérez Fernández, María Reyes Suárez Troitiño, Fernando			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La asignatura Turismo Termal y de Salud es una asignatura fundamental dentro de la titulación ya que aporta una parte muy importante de los conocimientos en materia termal que el alumno deberá poseer al finalizar los estudios y obtener el título. Esta asignatura servirá como elemento fundamental de la especialización, ya que introducirá al estudiante las particularidades del sector. La metodología será teórico-práctica. En las clases teóricas se desarrollarán los conceptos necesarios para comprender y analizar el temario de la asignatura. En las clases prácticas se plantearán ejemplos, escenarios y casos para aplicar lo expuesto en las clases teóricas a situaciones concretas y reales. Tras realizar el curso los estudiantes serán capaces de definir el turismo termal, el perfil de quienes lo practican, analizar el termalismo en función de los diferentes tipos de clasificación de las aguas y disponer de una amplia visión de los principales centros termales en Galicia y España, entre otras.			

Competencias
Código

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

Contenidos	
Tema	
- Concepto y estrategias de Turismo Termal.	o Introducción al termalismo. o Turismo de salud y termal. o Sector termal. o Estructura del sector termal. o Futuro del sector. o Pasado, presente y fututo del termalismo. o Perfil del termalista.
- Comercialización del Turismo de Salud	o Adaptación de los conocimientos generales del marketing y comercialización a la realidad de los diferentes productos turísticos, con especial hincapié en el turismo de salud.
- El establecimiento termal	o Centros termales. o Clasificación de los centros termales. o Apertura de un centro termal. o Concepto de Balneario.

- Aspectos Sanitarios del termalismo	o Aspectos de salud relacionados con el termalismo o Diferentes tipos de aguas mineromedicinales o Técnicas hidrotermales o Indicaciones para la salud de los tratamientos balneoterápicos

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	40	80	120
Seminario	5	7.5	12.5
Talleres	5	7.5	12.5
Resolución de problemas de forma autónoma	0	75	75
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	2	2

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Clases teoricas
Seminario	Aplicación de contenidos de clases teóricas
Talleres	Planteamiento de escenarios
Resolución de problemas de forma autónoma	Investigación para resolver casos

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Clases teóricas para exposición de los contenidos principales
Seminario	Clases de exposición de aspectos concretos de la materia.
Talleres	Sesiones prácticas.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Necesaria la asistencia de un mínimo del 80% de las sesiones en la modalidad presencial	10	
Seminario	Resolución de casos	30	
Talleres	Resolución de casos de aula	20	
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de trabajo/s	20	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen	20	

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

En la modalidad semipresencial y virtual, el estudiante tendrá que realizar un aprendizaje propio de los contenidos, y a partir de ellos realizar las distintas actividades que se vayan proponiendo en la materia. La evaluación y el control del aprendizaje se corresponde con la calificación media obtenida en esas actividades, sin perjuicio de que será necesario superar un examen de control final para su validación.

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

Las calificaciones de todas las pruebas, parciales o finales, prácticas y actividades solo tendrán efecto en el curso académico en el que se proponen. La plataforma del aula virtual tiene herramientas para detectar posibles comportamientos abusivos y

deshonestos, así como para detectar posibles plagios en trabajos escritos. En el caso de detección de plagio en alguna prueba / trabajo / test / examen / actividad la calificación final de la asignatura será Suspenso (0) y el hecho se comunicará al Decanato del Centro para que adopte las medidas oportunas.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Erfurt-Cooper, P. & Cooper, M., **Health and Wellness tourism**, Channel view Publications, 2009

Kay Smith, M. & Puczkó, L., **The Routledge Handbook of Health Tourism**, Routledge, 2017

Mourelle, L.; Meijide, R.;Freire, A.; Maraver, F.; Carretero, MI., **Técnicas hidrotermales y estética del bienestar.**, Paraninfo, 2009

Pérez Fernández, M.R, **Principios de hidroterapia y balneoterapia**, McGraw-Hill, 2005

Viegas, J.; Viegas, F., **Turismo de saúde e Bem-estar no mundo**, Senac, 2011

Recomendaciones

Otros comentarios

Tanto la asistencia a las clases como a los posibles seminarios o visitas a establecimientos se consideran de carácter obligatorio. Así como la realización de los casos prácticos de trabajos colectivos y/o individuales.
Se contempla también algunas lecturas complementarias para aumentar el conocimiento sobre la materia fuera del aula.
Se valorará positivamente la participación activa en la clase, tanto aportaciones propias, como preguntas a los ponentes y será de carácter obligatorio la puesta en común en la clase de los trabajos realizados.

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

Competencias	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Juzgar de modo crítico conceptos clave, de materias como naturaleza, espacio natural, espacio protegido, ecoturismo, etc.	A3 A4 A5 B12
Discutir los tipos de turismo en la naturaleza que la bibliografia habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades	A1 A5 B12

Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la naturaleza y aprender a carazterizarlas desde la perspectiva de la mercadotecnia teniendo en cuetna cuestiones como los precios	A5 B12 C15
Diseñar productos de turismo en la naturaleza especificamente de ecoturismo	A2 A4 A5 B8 B12
Identificar los impactos que el turismo tiene en los espacios naturales y en el patrimonio natural y, a partir de esta dedución, proponer técnicas y métodos para gestionarlos.	A2 B8 B12 C13 C15
Comprender los procedimientos de planificación turística de los espacios protegidos, tanto normativos (de ordenación física o zonificación) como de gestión (con la cuestión de uso público como tema central)	A1 A5 C1
Identificar técnicas y métodos para la gestión adecuada del turismo en espacios protegidos, a partir de casos prácticos, discutiendo la pertinencia de la evantual participación del sector privado en esa gestión.	A1 A2 A4 A5 B8 B11 B12 C3 C13 C15
Conseguir capacidades para trabajar en el medio natural y en los espacios naturales protegidos como profesionales o técnicos/as en turismo, sobre todo en un marco colaborativo con otros/otras profesionales y en el seno de organziaciones u organismos especializados	A2 A3 A4 A5 B11 B12 B13 C1 C13 C15

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

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Seminario	25	5	30
Trabajo tutelado	5	5	10
Estudio de casos	3	5	8
Examen de preguntas de desarrollo	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	101	101

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

Metodologías

	Descripción
Seminario	Clases teórico-prácticas. Se impartirán en castellano o gallego, en función de la petición del alumnado.
Trabajo tutelado	Se realizarán trabajos en aula adaptados a la teoría expuesta.
Estudio de casos	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Estudio de casos/análisis de situación: el alumno poderá cocnertar tutoría individualizada con el coordinador de la materia para preguntar dudas sobre el caso práctico a realizar, vinculado con la teoría desarrollada en la materia
Seminario	Los alumnos podrán discutir entre ellos y pregutnar dudas al coordinador sobre los casos prácticos a realizar.
Trabajo tutelado	En las propias aulas los alumnos debatirán y resolverán cuestiones sobre la teoría que se está impartiendo en la propia clase.

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

En caso de no superar la materia en la primera convocatoria (marzo) el alumno deberá de entregar de nuevo las actividades no entregadas o no superadas en la convocatoria de julio (data límite de entrega el mismo día del examen, vía MOOVI, en la carpeta correspondiente). Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o non presentarse al examen de marzo.

Fecha de examen de la primera convocatoria la indicada en el calendario oficial examenes del master.

La evaluación será la misma para las 3 modalidades: presencial, semipresencial y no presencial.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS

Prácticas Externas

Asignatura	Prácticas Externas			
Código	O04M097V01203			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	Contextualización de las prácticas: descripción de la institución/empresa. Perfiles profesionales vinculados con la dirección y planificación del turismo. Las prácticas externas como instrumento de desarrollo de los profesionales en el sector turístico.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.

C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,□).
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
C20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
C21	Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

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

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum, Practicas externas y clínicas	0	210	210
Seminario	5	0	5
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	0	10	10

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

Metodologías	
	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Realización de prácticas en una empresa del sector turístico.
Seminario	Seminario introductorio: recomendaciones para la realización de las prácticas externas.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Seminario	Orientaciones para la realización de las prácticas externas.
Prácticum, Practicas externas y clínicas	Realización de las prácticas en empresas o instituciones del sector turístico.
Pruebas	**Descripción**
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	Resumen de las actividades realizadas en las prácticas.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	El alumno realizará un informe en el que explicará las tareas y funciones llevadas a cabo durante las prácticas. La empresa cubrirá un impreso de valoración del alumno.	100	A1 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

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Trabajo de Fin de Máster				
Asignatura	Trabajo de Fin de Máster			
Código	O04M097V01204			
Titulacion	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	-Planificación, diseño y desarrollo de un proyecto de dirección y planificación turística. -Elaboración de una memoria del proyecto de empresa/institución.			

Competencias	
Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
B2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
B3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
B4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
B5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
B6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
B7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
B8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
B9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
B10	Negociar: llegar a acuerdos.
B11	Organizar y liderar equipos.
B12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
B13	Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
C4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
C5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
C6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
C7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
C8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
C9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
C10	Citar las técnicas de dirección empresarial.

C11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
C19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
C21	Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
-Integrar los conocimientos asimilados sobre las diversas disciplinas impartidas durante todo el master universitario en un único trabajo.	A1 A2 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

-Facilitar el desarrollo de las habilidades críticas, analíticas y creativas del alumno al adaptar soluciones y métodos estudiados teóricamente a problemas reales.	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 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.	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

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	5	0	5
Trabajo	0	144	144

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Seminario	Orientaciones de cómo elaborar el TFM.
Pruebas	**Descripción**
Trabajo	Tutorización individual del TFM por parte del tutor.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajo	Realización de un TFM tutorizado a lo largo del 2º cuatrimestre; y exposición oral y defensa	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
				B13	C15
					C16
					C18
					C19
					C21

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las fechas de defensa de las convocatorias ordinaria y extraordinaria serán las oficiales del calendario académico del Máster.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bell, J., **Cómo hacer tu primer trabajo de investigación**, 1, Gedisa, 2002

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones