



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 2023-2024 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

Secretaría

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: jmrrios@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales

Maria Beatriz González Sánchez
Teléfono: 988 368 712
e-mail: bgonzale@uvigo.es

Localización

Edificio Jurídico-Empresarial
Campus Universitario Las Lagunas
32004 Ourense

Conserjería: + 34 988 368 700

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

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

Relaciones Internacionales: bgonzale@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 de Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	O04M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	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			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Analizar las oportunidades y amenazas que plantea el entorno externo para la toma 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	2.5	20	22.5
Estudio de casos	5	39	44
Lección magistral	10	0	10
Resolución de problemas de forma autónoma	2.5	20	22.5
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.
Estudio de casos	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
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.

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	Resolución de problemas vinculados a la gestión ec-financiera de una organización	26.6	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C2 C3 C4 C5
Estudio de casos	Análisis de información sobre una situación simulada para valorar alternativas y tomar decisiones en relación a los recursos humanos de una organización	26.6	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B7 B8 B10 B11 B12 B13	C2 C4 C5
Resolución de problemas de forma autónoma	Resolución de problemas vinculados a la gestión de calidad de una organización	26.8			
Examen de preguntas objetivas	Prueba test de los contenidos de la asignatura	20	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8	C5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Convocatoria de Enero:

Opción a) La evaluación arriba indicada se corresponde con la opción de evaluación continua, consiste en la realización de tres actividades, una de cada módulo de la asignatura (gestión ec-fin, gestión de rrrh y gestión de calidad) y la realización de un examen en la fecha del examen final. Será preciso superar todas las actividades y el examen, con nota superior a 5 sobre 10 para aprobar la asignatura.

Opción b) Los estudiantes que no que quieran seguir la evaluación continua, y optar por la evaluación global, han de solicitarlo a la coordinadora de la materia antes del 11 de octubre de 2023. Serán evaluados con un examen global en la fecha oficial del calendario (examen teórico-práctico).

Convocatoria de Julio:

Opción a) Evaluación continua: En caso de no superar la materia en la primera convocatoria (enero) el estudiante deberá de

entregar de nuevo las actividades no entregadas o no superadas en la convocatoria de enero. Igualmente deberá repetir la prueba en la fecha fijada en julio en caso de no superar o no presentarse al examen de enero.

Opción b) Evaluación no continua: En caso de renunciar en su momento a la evaluación continua, se podrá optar a un examen del 100% del contenido de la materia.

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.

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 recursos 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	004M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Babarro Alen, Lois Cerviño Fernández, Julio Formoso Mourellos, José Antonio Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se partirá de conceptos de marketing 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)			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
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.
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 previstos en la materia

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 C12 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
C12
C14
C16
C18
C20
C21

Conoce la estructura de la Formación Profesional en el Sistema Educativo y su homologación con el resto de los subsistemas de FP.

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
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 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. 3.1.- Proceso de comunicación, fijación de objetivos y presupuesto promocional.
3.- Promoción de productos turísticos.	3.2.- Herramientas del Plan de Comunicación Integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de productos e imagen de destinos turísticos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	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
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	El alumnado podrá solicitar ser atendido de forma personal para solucionar dudas de la materia. También vía *online a través de correo electrónico o vídeollamada. También podrá solicitar atención vía telefónica.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas	Se realizarán 2 casos. Cada uno de ellos tendrá un peso en la nota de la materia del 40%.	80	A1 A2 A3 A4 A5	B6 B9 B11	C8 C10 C16 C20 C21
Examen de preguntas objetivas	En la fecha del examen	20	A1	B6 B9	C8 C10 C16 C20 C21

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para aprobar la materia se requiere superar se requiere un mínimo de 4 sobre 10 en cada una de las partes (examen y casos), y una nota media igual o superior a 5.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Comisión Académica del Master para el curso 23/24. En caso de conflicto entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las fechas señaladas en la página web oficial del master:
www.masterturismoourense.es

En el caso de que el alumno no quiera ser evaluado por evaluación continua, podrá renunciar a este método de evaluación y solicitar la evaluación única el día oficial del examen (publicado en el calendario del master). En este caso tendrá que realizar un examen teórico-práctico de la materia. Para ello deberá solicitar esta modalidad de evaluación vía mail a la coordinadora de la materia (naraujo@uvigo.es) entre el 11 de septiembre y el 11 de octubre de 2023.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

☐Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de las pruebas de evaluación aprobado por la CAM para el curso actual☐

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

Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	004M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Paul Carril, Valeria Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Correo-e	drtoubes@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se desarrollan los elementos esenciales para la planificación de un destino turístico con un enfoque sostenible y estratégico.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
- 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.
- 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.
- C4 Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
- C6 Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
- C7 Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- C9 Describir las políticas públicas que afectan al destino.
- C13 Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
- C15 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- C17 Explicar el destino turístico como sistema.
- C20 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
El alumnado reflexiona y comprende los aspectos fundamentales de la LOE y la LOMCE en relación con los niveles educativos vinculados al Master de Secundaria.	
1. Distinguir conceptos de la planificación	A1 A3
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).	A3 A5 B1 B2 C4 C6 C9 C17
3 Identificar y enumerar elementos que acerca la sustentabilidad al turismo.	A2 A3 A4 B4 B7 B8 C3 C7 C13
4 Enumerar los impactos ambientales del turismo.	A2 A4 B5 B6 B7 C9 C17
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.	A1 A2 B1 B5 B6 B11 B12 C1 C15 C17
6 Determinar que añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	A1 A3 B1 B2 B4 B6 B12 B13 C1 C20
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.	A2 A5 B4 B7 B11 B12 C4 C9 C13
8 Identificar los mecanismos de certificación ambiental turística de empresas y de destinos.	A5 B2 B7 C3 C4 C9 C13

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. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN GALICIA Y ESPAÑA	2.1. Planificación turística en España hasta la configuración del Estado autonómico 2.2. Ordenación del turismo en la España autonómica 2.3. La ordenación del turismo en Galicia desde 1981. 2.4. La unión Europea en la ordenación turística
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. 4.5. Certificación ambiental de empresas y destinos turísticos.

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	Prueba que evalúa el conocimiento del alumnado. Incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Los estudiantes seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.	10	B1 B2 B6 B7	C1 C4 C7 C9 C13 C17 C20
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno/a debe analizar los casos y las actividades propuestas con la finalidad de interpretarlo, contrastar datos, reflexionar, diagnosticar, generar hipótesis y proponer soluciones basadas en evidencias. Deberá entregar cuatro bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma Moovi. Cada una de las entregas califica un 22,5%.	90	B1 B2 B4 B5 B6	C1 C3 C4 C7 C9 C13 C17 C20

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA

El alumnado deberá entregar en plazo cuatro bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma Moovi (en la carpeta correspondiente). Metodología: Resolución de problemas y/o ejercicios. Calificación: cada uno de los bloques de actividades supone un 22,5% de la nota (en total los cuatro bloques de actividades alcanzan el 90%). Para superar la materia será necesario entregar los cuatro bloques de actividades con una nota mínima de 4 para que hagan media con las otras entregas y pruebas.

Además, el alumnado de evaluación continua tendrá que realizar un examen de control en la fecha fijada para ello en el calendario oficial de exámenes del Master. Metodología: Examen de preguntas objetivas. Calificación: 10% de la nota total. Mínimo exigido: 4 para que haga media con las otras pruebas.

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.

EVALUACIÓN GLOBAL

Para el alumnado que opte por la evaluación global, la asignatura se evaluará con un examen teórico-práctico que supondrá el 100% de la nota de la asignatura.

La parte teórica consistirá en un examen de cuestiones objetivas (50% de la calificación total) y la parte práctica en resolución y cuestiones prácticas (50% de la calificación total). Para aprobar la asignatura, el alumno deberá obtener al menos un 4,0 (sobre 10) en cada parte evaluada y al menos un 5 (sobre 10) en la nota global.

EVALUACIÓN 2ª EDICIÓN DE ACTAS

Para el alumnado de evaluación continua, 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.

Al alumnado de evaluación global se le aplicará el mismo sistema de evaluación que se aplicó en la 1ª edición de actas.

AVISOS SOBRE LA EVALUACIÓN

El alumnado matriculado manifestará formalmente (mediante correo electrónico o través de Moovi) su intención de acogerse al sistema de evaluación continua. En todo caso, aunque no exista manifestación formal, se considerará que el alumno/a opta por el sistema de evaluación continua con la entrega del primer bloque de actividades. El plazo para cambiar al sistema de evaluación global será hasta el 11 de octubre.

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Francisco López Palomeque, Manuel J. Marchena Gómez, Salvador Anton Clavé, **Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos**, 9788415731405, 1ª, Tirant lo Blanch, 2013

ANTON, S.; GONZÁLEZ REVERTÉ (coord.), **Planificación territorial del turismo**, 9788497883221, 1ª, Universitat Oberta de Catalunya, 2005

PAÛL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., **Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia**, 978-84-8158-542-1, 1, Universidade de Vigo, 2011

Recomendaciones

Otros comentarios

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de las pruebas de evaluación aprobada por la Comisión académica del Máster (CAM) para el curso actual.

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

Asignatura	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Pelegrín Borondo, Jorge 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 univariadas, bivariadas y multivariadas. 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...).			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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 (22,5% el peso de cada bloque en 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	C18
			B2	C19
			B3	
			B4	
			B5	
			B6	
			B7	
			B8	
			B9	
			B10	
			B11	
			B12	

Otros comentarios sobre la Evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA (EC)

Los alumnos deberán presentar cuatro bloques de actividades dentro del cuatrimestre a través de la plataforma Moovi (en la carpeta correspondiente). Metodología: Resolución de problemas y/o ejercicios. Calificación: cada uno de los bloques de actividades supone el 22,5% de la nota (en total los cuatro bloques de actividades alcanzan el 90%). Para aprobar la asignatura será necesario entregar los cuatro bloques de actividades con una nota mínima de 4 para que se promedien con el resto de entregas y pruebas.

Además, los estudiantes de evaluación continua deberán realizar un examen de control en la fecha prevista para ello en el calendario oficial de exámenes del Máster. Metodología: Examen de cuestiones objetivas. Nota: 10% de la nota total. Mínimo requerido: 4 para promediar con las demás pruebas.

Para aprobar la asignatura es 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.

EVALUACIÓN GLOBAL (EG)

Para los alumnos que opten por la evaluación global, la asignatura se evaluará con un examen teórico-práctico que supondrá el 100% de la nota de la asignatura.

La parte teórica consistirá en un examen de preguntas objetivas (20% de la calificación total) y la parte práctica en resolución de cuestiones prácticas (80% de la calificación total). Para aprobar la asignatura, el estudiante deberá obtener al menos un 4,0 (sobre 10) en cada parte evaluada y al menos un 5 (sobre 10) en la nota global.

EVALUACIÓN 2ª OPORTUNIDAD

Para los alumnos de evaluación continua, si no superan la materia en el primer examen (enero), el alumno deberá volver a presentar las actividades no entregadas o no superadas en el examen de julio (fecha límite de entrega el mismo día del examen, a través de Moovi, en la carpeta correspondiente). También deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio si no aprueba o no se presenta al examen de enero.

A los estudiantes de evaluación global se les aplicará el mismo sistema de evaluación que se aplicó en la 1ª OPORTUNIDAD.

AVISOS SOBRE LA EVALUACIÓN

Los estudiantes matriculados manifestarán formalmente (por correo electrónico o a través de Moovi) su intención de participar en el sistema de evaluación continua. En todo caso, aunque no haya manifestación formal, se considerará que el estudiante opta por el sistema de evaluación continua con la entrega del primer bloque de actividades. El plazo para el cambio al sistema de evaluación global será el que establezca la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo.

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

Las notas de todas las pruebas, parciales o finales, prácticas y actividades sólo tendrán efecto en el curso académico.

Consulta y/o solicitud de tutorías: Los docentes ofrecen tutorías presenciales o virtuales en horarios convenidos. La cita se puede realizar a través de la Secretaría Virtual online.

Otros: La plataforma de aula virtual cuenta con herramientas para detectar posibles comportamientos anómalos y deshonestos, así como para detectar posibles praxis en el trabajo escrito. En el caso de detección de plagio en alguna prueba/trabajo/prueba/examen/actividad, la calificación final de la asignatura será Suspenso (0) y se comunicará el hecho al Decanato del Centro para que adopte las medidas oportunas en cumplimiento del artículo 13.2.d) del Estatuto del

Estudiante Universitario que establece el deber de [Abstenerse del uso o colaboración en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en el trabajo realizado o en los documentos oficiales de la universidad].

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

CELAYA, J., **La empresa en la web 2.0**, 1, Gestión 2000, 2008

LOHR, S.L., **Muestreo: diseño y análisis**, 1, Thomson Editores, 2000

MONTFORT, A. y OTROS, **Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales**, 1, ESIC, 2020

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Interior y Rural**

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	O04M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel			
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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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

*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.	8	B1 B2 B5 B6 B10 B11 B13	C11 C15 C17 C18 C20 C21
Resolución de problemas de forma autónoma	4 trabajos sobre cada uno de los temas de la asignatura. Cada trabajo tendrá un peso del 18% dentro de la nota global. 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.	72	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

Los estudiantes pueden optar por ser evaluados utilizando el sistema de evaluación continua (EC), o alternativamente optar

por una prueba de Evaluación Global (EG). El sistema de evaluación predeterminada es EC.

Para ser evaluado mediante EG, el alumnado deberá comunicar su preferencia por este sistema de evaluación a la profesora coordinadora de la asignatura, mediante el envío de un correo electrónico con acuse de recibo, entre el 11 de septiembre y el 11 de octubre. La elección de EG implica la renuncia al derecho a seguir siendo evaluado/a mediante actividades de EC y la a calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas ya realizadas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA (AC).

METODOLOGÍA/PRUEBA 1: Foro de discusión.

Descripción: La docente propondrá temas de debate y reflexión a través de foros virtuales. Se pedirá al alumnado que realice aportaciones, contribuyendo con sus consideraciones y realizando propuestas desde diferentes posiciones y diferentes puntos de vista. El propósito es comparar enfoques, visualizar diferentes posiciones, desde diversos territorios y entendimientos multilaterales del turismo.

% Calificación: 8%

METODOLOGÍA/PRUEBA 2: Trabajo del Tema 1.

Descripción: Se propondrán actividades sobre el tema "Teoría general del turismo de interior". Consistirán en varias preguntas, o problemas que los/as alumnos/as deberán responder, resolver y analizar.

% Calificación: 18%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota de 5 sobre 10.

METODOLOGÍA/PRUEBA 3: Trabajo del Tema 2.

Descripción: Se propondrán actividades sobre el tema "Patrimonio cultural y turismo". Consistirán en varias preguntas, o problemas que los/as alumnos/as deberán responder, resolver y analizar.

% Calificación: 18%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota de 5 sobre 10.

METODOLOGÍA/PRUEBA 4: Trabajo del Tema 3.

Descripción: Se propondrán actividades sobre el tema "Turismo Rural". Consistirán en varias preguntas, o problemas que los/as alumnos/as deberán responder, resolver y analizar.

% Calificación: 18%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota de 5 sobre 10.

METODOLOGÍA/PRUEBA 5: Trabajo del Tema 4.

Descripción: Se propondrán actividades sobre el tema "Turismo Urbano". Consistirán en varias preguntas, o problemas que los/as alumnos/as deberán responder, resolver y analizar.

% Calificación: 18%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota de 5 sobre 10.

METODOLOGÍA/PRUEBA 6: Examen tipo test.

Descripción: Al finalizar el curso, en la fecha oficial del examen de la materia, se realizará un examen, con el fin de evaluar la adquisición y comprensión de los conceptos y procesos esenciales relacionados con los temas impartidos.

% de Calificación: 20%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota de 5 sobre 10.

Aclaraciones sobre la evaluación continua:

En caso de que un/a alumno/a no apruebe el examen tipo test y/o algún trabajo en la 1ª oportunidad (1ª edición de actas). Es decir, en el caso de que no se presente a alguna de estas pruebas, u obtenga una nota inferior a 5 en alguna de estas pruebas:

- Podrá recuperar el examen y/o trabajo/s suspendido/s en la fecha oficial establecida para la 2da edición de actas.
- El alumnado que se encuentren en esta situación tendrían una nota de suspenso en la primera oportunidad (1ª edición del acta). La nota numérica que aparecería en el acta en la primera oportunidad sería la correspondiente a la media ponderada de las distintas pruebas de evaluación, y si se supera la media, aparecería una nota de 4,9.

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN GLOBAL (EG)

PRIMERA PARTE DE LA PRUEBA: Examen tipo test.

Descripción: Prueba objetiva que evaluará la adquisición y comprensión de los conceptos y procesos esenciales de la materia.

% Calificación: 30%

% mínimo: Para aprobar esta parte de la asignatura, el alumnado deberá obtener una calificación igual o superior a 7 puntos (sobre 10).

SEGUNDA PARTE DE LA PRUEBA: Examen de cuestiones teórico-prácticas.

Descripción: Prueba que incluirá evaluación de conceptos teóricos y resolución de problemas.

% Calificación: 70%

Aclaraciones sobre la evaluación global: El alumnado que siga el sistema de evaluación global deberá obtener al menos un 7 sobre 10 en el examen de cuestiones objetivas (primera parte de la prueba). La nota numérica que aparecerá en el acta para el alumnado que no alcance esta nota mínima, será la nota obtenida en dicha prueba, cuando sea inferior a 4,9. Si esa calificación fuera igual o superior a 4,9, aparecería una calificación de 4,9.

Los estudiantes que no participen en EC ni en EG, aparecerán en el acta como "no presentado".

Se aconseja a los estudiantes tener en cuenta el Título VII (De la utilización de medios ilícitos) del Reglamento sobre la evaluación, calificación y calidad de la docencia y del proceso de aprendizaje de los estudiantes (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/reglamentos/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

Las fechas y horarios de las pruebas EG (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Comisión Académica del Máster para el año académico en curso. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de examen, prevalecerán las publicadas en la web del máster (<http://www.masterturismoourense.es/>).

CONSULTA/SOLICITUD DE TUTORÍAS

Las tutorías se pueden consultar a través de la página personal del profesorado, accesible a través de <https://fcetou.uvigo.es>

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

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

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
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.
B11	Organizar y liderar equipos.

- B13 Promover el conocimiento y desarrollar instrumentos y procedimientos que sean sensibles al reconocimiento de las diferencias entre mujeres y hombres, procedencia y funcionalidad, al tiempo que potencien el enriquecimiento humano de los equipos y de las personas sin diferenciar en cuanto a género, oportunidades y accesibilidad para todos, incluyendo los valores democráticos de la sociedad europea actual, el fomento de la cultura de la paz y la protección medioambiental.
- C4 Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
- C8 Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 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.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer el concepto de Turismo termal (vertiente sanitaria y turística) y como implementarlo en un destino	A1 A2 A3 A4 A5 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B11 B13 C4 C8 C11 C15 C16
Definir estrategias de gestión en el sector termal a nivel de empresa o destino	A1 A2 A3 A4 A5 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B11 B13 C4 C8 C11 C15 C16

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 futuro 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. o Legislación aplicable
- 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 teóricas
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	A1 C4 A2 C8 A3 C11 A4 C15 A5 C16
Seminario	Resolución de casos	30	B2 C11 B3 C16 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B11 B13
Talleres	Resolución de casos de aula	20	C8 C15 C16
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de trabajo/s	20	

Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen	20	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C8 C11
----------------------------------------	--------	----	----------------------------	-----------------

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de Evaluación Continua (EC), o alternatively optar por una prueba de Evaluación Global (EG). La evaluación por defecto es la EC. El alumnado podrá elegir EG según el procedimiento y el plazo establecido por el centro. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya han tenido lugar.

EC. En caso de no renunciar a la evaluación continua:

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 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 (normalmente 3 actividades). 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.

EG en primera oportunidad

Seguirán este proceso los estudiantes que no sigan la evaluación continua. Una vez superado el período de un mes desde el comienzo del cuatrimestre el centro habilitará el procedimiento e informará a los estudiantes del plazo para que los matriculados manifiesten formalmente su intención de acogerse a la modalidad de evaluación global. En este caso, el examen consistirá en una prueba en la que se contestarán preguntas de diversa índole teniendo un peso de 100% de la calificación.

Las calificaciones de todas las pruebas, parciales o finales, prácticas y actividades solo tendrán efecto en el curso académico en el que se proponen.

Consulta y/o solicitud de tutorías:

Los docentes tienen oferta de tutorías presenciales o virtuales en horario concertado. Para concertar una cita se puede solicitar desde la Secretaría Virtual en línea.

Otros:

La plataforma de aula virtual cuenta con herramientas para detectar posibles comportamientos anómalos 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 materia será Suspenso (0) y el hecho será comunicado al Decanato del Centro para que adopte las medidas oportunas. Cauces en cumplimiento del artículo 13.2.d) del Estatuto del Estudiante Universitario por el que se establece el deber de "Abstenerse de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realicen o en documentos especiales de la Universidad".

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

Mourelle, L.; Meijide, R.; Freire, A.; Maraver, F.; Carretero, M., **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			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Paul Carril, Valeria			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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 bibliografía habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades.	A1 A5 B12

Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la naturaleza y aprender a caracterizarlas desde la perspectiva de la mercadotecnia teniendo en cuenta cuestiones como los precios.	A5 B12 C15
Diseñar productos de turismo en la naturaleza específicamente 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 deducción, 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 eventual 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 organizaciones u organismos especializados.	A2 A3 A4 A5 B11 B12 B13 C1 C13 C15

Contenidos

Tema	
BLOQUE 1. LA NATURALEZA COMO ATRACCIÓN TURÍSTICA	1.1. Genealogía básica de la idea de naturaleza. 1.2. Viejos y nuevos turismos en la naturaleza. 1.3. El patrimonio natural. 1.4. Hacia una definición de la naturaleza. La discusión espacios naturales/espacios naturales protegidos.
BLOQUE 2. CONTEXTO Y TIPOLOGÍA DE TURISMO EN LA NATURALEZA	2.1. Turismo sustentable y turismo alternativo. 2.1.1. El turismo sustentable. 2.1.2. El turismo alternativo. 2.2. Una revisión a los tipos de turismo en la naturaleza. 2.3. Propuesta de modelo conceptual operativo. 2.4. Turismo en espacios naturales protegidos y uso público. 2.5. Las peculiaridades del ecoturismo.
BLOQUE 3. EMPRESAS Y PRODUCTOS DE TURISMO EN LA NATURALEZA EN GALICIA	3.1. Productos turísticos en el turismo en la naturaleza. 3.1.1. Actividades terrestres. 3.1.2. Actividades acuáticas. 3.1.3. Actividades aéreas. 3.2. Oferta empresarial gallega de turismo en la naturaleza.
BLOQUE 4. MIRADA TURÍSTICA A LOS RÉGIMENES DE LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS	4.1. Evolución de los espacios naturales protegidos en Galicia. 4.1.1. Los primeros espacios protegidos y la dictadura franquista. 4.1.2. La década de 1970. 4.1.3. La primera autonomía (1981-1997). 4.1.4. El inicio efectivo de los espacios naturales protegidos (1997-2005). 4.1.5. El período 2005-2010. 4.2. Los espacios naturales protegidos en Galicia hoy. 4.3. El marco español. 4.4. El marco europeo. 4.5. La carta europea del turismo sustentable en los espacios protegidos. 4.6. El marco mundial

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 podrá concertar 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 preguntar 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 B8 C1 A2 C3 A3 C13 A4 C15 A5
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). Cada una de las actividades tendrá un peso del 30% en la nota.	90	A1 B8 C1 A2 B11 C3 A3 B12 C13 A4 B13 C15 A5

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 vía MOOVI. Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o no presentarse al examen de marzo.

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

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

En el caso de que el alumno no quiera ser evaluado por evaluación continua, podrá renunciar a este método de evaluación y solicitar la evaluación única el día oficial del examen (publicado en el calendario del master). En este caso tendrá que realizar un examen teórico-práctico de la materia. Para ello deberá solicitar esta modalidad de evaluación vía mail a la coordinadora de la materia (naraujo@uvigo.es) entre el 29 de enero y el 29 de febrero de 2024.

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**, 978-84-8158-542-1, Universidade de Vigo,

Recomendaciones

Otros comentarios

☐Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de las pruebas de evaluación aprobado por la CAM para el curso actual☐

DATOS IDENTIFICATIVOS**Prácticas Externas**

Asignatura	Prácticas Externas			
Código	O04M097V01203			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 9	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 de los mercados turísticos.
C12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal, etc.).
C13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
C16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
C17	Explicar el destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
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 previstos en la materia

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 resolutoria, 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	B1	C1	
			A2	B2	C2	
			A3	B3	C3	
			A4	B4	C4	
			A5	B5	C5	
					B6	C6
					B7	C7
					B8	C8
					B9	C9
					B10	C10
					B11	C11
					B12	C12
					B13	C13
						C15
				C16		
				C17		
				C18		
				C19		
				C20		
				C21		

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo de Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo de Fin de Máster			
Código	O04M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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**