Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Presentación

A Facultade de Ciencias Empresariais de Ourense está localizada no Edificio Xurídico Empresarial do Campus Universitario en pleno centro da cidade.

A oferta educativa para o próximo curso 2019-2020 no Centro é:

Títulos de Grao:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONXUNTO DE ESTUDOS ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS + ENXEÑERÍA INFORMÁTICA**
- **PROGRAMA CONXUNTO DE ESTUDOS ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS + DEREITO**
- **PROGRAMA CONXUNTO TURISMO + XEOGRAFÍA E HISTORIA**
- **DOBRE GRAO INTERNACIONAL EN ADE (ESPAÑA) & BUSINESS ADMINISTRATION (BREMERHAVEN, ALEMAÑA)**

Desde o curso 2015-2016, grazas a un acordo de cooperacion Inter-Institucional con Hochschule Bremerhaven, a Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo oferta o **Programa de Dobre Grado Internacional** en Administración e Dirección de Empresas (Business Administration & Management) da **Universidade de Vigo** e Bachelor of Arts in Business Administration en **Hochschule-Bremerhaven**. Ademais, por terceiro ano consecutivo ofértase o programa **ADE INTERNACIONAL** con mais de 60 créditos impartidos en inglés. No curso 2016-2017 iníciase a oferta do programa **TURISMO INTERNACIONAL** con mais de 39 créditos impartidos en inglés.

Con estes acordos e programas a Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo aposta pola internacionalización dos estudos e a participación dos estudantes en programas de movilidade e intercambio, abrindo un abanico a novos horizontes e opcións de futuro.

En canto á oferta de POSGRAOS da Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo:

- **MESTRADO OFICIAL EN DIRECCIÓN E PLANIFICACIÓN DO TURISMO**
- **MESTRADO OFICIAL EN XESTION EMPRESARIAL DO DEPORTE**

Para obter máis información visita a nosa páxina web http://www.fcetou.uvigo.es/

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPA DECANAL

Decana

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

Secretario
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 Estudos de Grao e Xestión Informática
Javier Sánchez Sellero
Teléfono: 988 368 742
e-mail: javiss@uvigo.es

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

Vicedecana de Relacións Internacionais
Elena De Prada Creo
Teléfono: 988 368 726
e-mail: edeprada@uvigo.es

Localización

Edificio Xurídico-Empresarial
Campus Universitario As Lagoas
32004 Ourense

Conserxería: + 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
Relacións Internacionais: edeprada@uvigo.es
Información xeral: info.eto@uvigo.es
Fax: + 34 988 368 923

Páxina web: www.fcetou.uvigo.es

Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde

Materias

Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
O04M097V01101	Xestión das Organizacións Turísticas	1c	6
O04M097V01102	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos	1c	6
O04M097V01103	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible	1c	6

O04M097V01104	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo	1c	6
O04M097V01105	Turismo Interior e Rural	1c	6
O04M097V01201	Turismo Termal e de Saúde	2c	9
O04M097V01202	Turismo de Natureza e Ecoturismo	2c	6
O04M097V01203	Prácticas Externas	2c	9
O04M097V01204	Traballo de Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Xestión das Organizacións Turísticas				
Materia	Xestión das Organizacións Turísticas			
Código	O04M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de Diéguez Castrillón, María Isabel Ferro Soto, Carlos Antonio Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio Vargas Sánchez, Alfonso A.			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	La materia tiene por objetivo a aproximación a la gestión empresarial turística desde una *triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

Competencias	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecimiento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidad para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Organizar e dirixir equipos de traballo no ámbito turístico		B8 B10 B11 B12 B13	
Propor solucións a problemas do ámbito turístico	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8	C5

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

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	20	30	50
Resolución de problemas de forma autónoma	5	40	45
Traballo tutelado	5	39	44
Lección maxistral	10	0	10
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Seminario	Actividades enfocadas ao traballo sobre un tema específico, que permiten afondar ou complementar os contidos da materia. Se poden empregar como complemento das clases teóricas.
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Traballo tutelado	Actividade consistente na análise de casos reais concretos sobre os conteidos da materia
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Resolución de problemas de forma autónoma	A atención consistirá na resolución de dúbidas e cuestións sobre o contido da materia aplicable ás actividades que se resolven de forma autónoma

Avaliación					
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Resolución de problemas de forma autónoma	Valoración polo profesorado da adquisición de competencias. Valoración dos informes finais realizados polos estudantes. Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do titulo.	40	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8 B10 B11 B12 B13	C5
Traballo tutelado	Valoración polo profesorado da adquisición de competencias Valoración dos informes finais realizados polos estudantes Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do título	40	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B8 B10 B11 B12 B13	C5

Exame de preguntas obxectivas	Proba de seguemento para valoración polo profesorado da adquisición de competencias. Valoración dos informes finais realizados polos estudantes. Valoración das manifestacións dos estudantes coherentes cos principios establecidos na memoria do título	20	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8 B10 B11 B12 B13	C5

Outros comentarios sobre a Avaliación

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as establecidas no calendario oficial do master.

En caso de non superar a materia na primeira convocatoria (xaneiro) o alumno deberá de entregar de novo as actividades non entregadas ou non superadas na convocatoria de xullo. Igualmente deberá repetir o exame na data fixada en xullo no caso de non superar ou non presentarse ao exame de xaneiro.

Para la convocatoria de xullo se realizará unha proba do 100% dos contidos para os estudantes que non sigan a avaliación continua

OBSERVACIÓNS:

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

Bibliografía. Fontes 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

Pardo M., Luna R., **Recursos humanos para el turismo**, Pearson, 2007

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos				
Materia	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos			
Código	O04M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio Ferreira Alves Cardoso, Lucilia María Parra López, Eduardo Pelegrín Borondo, Jorge Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Partirase de conceptos de marketing turístico para centrarse no deseño, creación e desenvolvemento de produtos turísticos (bloque I) e posteriormente, utilizar as ferramentas do mix promocional para a súa comercialización (bloque II)			

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

C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C14	Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Ser capaz de revisar fontes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializalo e promocionalo.	A1 A2 A3 A5		C14 C16 C20 C21
Capacidade para entender e desenvolver o marketing mix da empresa, a partir dos obxectivos xerais da mesma e dos específicos do departamento de marketing	A1 A2 A3 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9	C2 C3 C5 C6 C7 C8 C10 C11 C12 C13 C16 C18 C20 C21
Capacidade para a aplicación e posta en funcionamento de estratexias comerciais dentro dun plan comercial relacionadas coas políticas de producto, precio, distribución e promoción, que se corresponda coas competencias adquiridas	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B13	C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C10 C11 C12 C13 C14 C16 C18 C20 C21
Ser capaz de deseñar, crear e desenvolver productos turísticos en función das necesidades do mercado	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B6 B7 B9 B10 B12	C3 C4 C8 C11 C13 C14 C16 C20 C21

Capacidade para definir un plan de comunicación integral que contribuia a por en valor os paquetes creados, axudando a organización turística a posicionarse e diferenciarse dos seus competidores	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 B10 B11 B12 B13	C3 C4 C5 C11 C14 C20 C21

Contidos

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas	0	101	101
Traballo tutelado	5	0	5
Estudo de casos	4	0	4
Seminario	25	13	38
Exame de preguntas obxectivas	1	1	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas	Realización de dous casos en grupo ou individuais
Traballo tutelado	Traballar sobre os casos da avaliación continua
Estudo de casos	Analizaremos en profundidade duas tipoloxías turísticas
Seminario	Asistencia a Ferias e seminarios presenciais

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	alumnado ten ao redor de 3 horas á semana nas que será atendido de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico. Non forma parte da avaliación

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas	Plantearanse dous casos	80	A1 A2 A3 A4 A5	B6 B9 B11	C8 C10 C11 C13 C16 C20 C21

Exame de preguntas obxectivas	Na data do examen	20	A1	B6 B9	C8 C10 C16 C20 C21

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

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

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2019-2020. En caso de conflicto entre as datas dos exames, prevalecerán as datas sinaladas na páxina web www.masterturismoourense.es

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible				
Materia	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible			
Código	O04M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Domínguez Vila, Trinidad Fraiz Brea, José Antonio Paul Carril, Valeria			
Correo-e	jafbrea@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	Desenvólvense os elementos esenciais para a planificación dun destino turístico con enfoque sostible e estratéxica.			

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

Resultados de aprendizaxe	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
1 Distinguir conceptos da planificación.	C1

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

Contidos

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	30	0	30
Traballo tutelado	8	0	8
Estudo de casos	5	0	5
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	101	106

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Clases teórico-prácticas. Ditas clases serán impartidas en castelán ou en galego en función da solicitude do alumnado.
Traballo tutelado	Realización de traballos en aula.
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos vinculados coa materia.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Na propia aula e a través de titorías individuais e colectivas.

Seminario	Na propia aula en grupo.

Avaliación

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Datas de exame: as oficiais do calendario de exames do Máster.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS

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

Materia	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Guevara Plaza, Antonio Martínez Fernández, Valentin Alejandro Ramos Valcárcel, David			
Correo-e	jafbrea@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	Esta materia céntrase na investigación de mercados turísticos por mostraxe estatística e o deseño da enquisa. Creación de base de datos. Análise de datos mediante técnicas estatísticas univariables, bivariables e multivariables. Elaboración de informes de resultados. Análise do consumidor de turismo. Papel das novas tecnoloxías no estudo e os hábitos de consumo do potencial turista (compra de billetes por internet, procura de información e comentarios en blogues, webs, redes..., preparación de viaxes, reservas de hoteis online...).			

Competencias

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

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Comprender a importancia da información de carácter comercial para a toma de decisións no ámbito tanto da xestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	B1 B7 B8 B10 B11 B12 B13	
Identificar os principais estudos e fontes de información e investigación no ámbito turístico.	B12	C19
Coñecer e elixir dun modo adecuado entre os diferentes métodos de captación de información para un estudo de carácter turístico.	B1 B6 B7 B8 B12	C19
Ser capaz de establecer ferramentas de recollida de datos e saber tratar eses datos.	B6 B12	C18 C19
Ser capaz de realizar unha investigación comercial para axudar á toma de decisións empresariais.	B1 B2 B6 B9 B10 B12	C18 C19
Coñecer cales son as novas tecnoloxías que se están utilizando no sector turístico.	B2 B3 B9 B12	
Coñecer cales son as pautas de consumo dos consumidores turísticos, así como as novas tendencias, gustos e hábitos.	B2 B3 B4 B5 B12 B13	C18

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

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	30	0	30
Traballo tutelado	8	0	8
Estudo de casos	5	0	5
Resolución de problemas de forma autónoma	5	101	106
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Clases teórico-prácticas.
Traballo tutelado	Aplicación da teoría a traballos propostos en aula.
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos propostos en aula.
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de traballos por parte da alumna fóra de aula.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Atención en grupo na propia aula.
Traballo tutelado	Realización de traballos en aula baixo a supervisión do docente.
Estudo de casos	Orientacións individuais para a resolución de estudos de caso.

Avaliación

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

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Datas de exame: as oficiais do calendario de exames do Máster.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo Interior e Rural				
Materia	Turismo Interior e Rural			
Código	O04M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Lopes Barroso de Morais Moura, Duarte Nuno Moital Rodrigues, Luis Miguel Periañez Cañadillas, Iñaki			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
Descrición xeral	Nesta materia analízanse os espazos turísticos de interior, así como todas as iniciativas de xestión turística para esta tipoloxía de destinos. Dentro do turismo de interior tamén se abordará o turismo cultural, turismo rural e turismo urbano, entre outros.			

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

Resultados de aprendizaxe

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

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

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	25	13	38
Obradoiro	5	0	5
Estudo de casos	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas de forma autónoma	0	78	78
Exame de preguntas obxectivas	1	5	6
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Seminario	Aulas teórico-prácticas.
Obradoiro	Obradoiro de turismo urbano pola cidade de Ourense. Exposición sobre o terreo de diferentes exemplos de turismo urbano.
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos vinculados coa materia.

Foros de discusión	Esta actividade consistirá na creación dun glosario colaborativo sobre cada un dos temas da materia. Cada participante deberá contribuir introducindo termos aos glosarios e comentando os termos introducidos por compañeiros ou compañeiras. Os obxectivos da actividade son os seguintes: - Construción colaborativa dun documento sintético que conteña os termos, conceptos e elementos relevantes da disciplina, a fin de que poda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo o grupo. - Comprensión profunda dos conceptos abstractos e a aplicación dos mesmos.
Resolución de problemas de forma autónoma	Encomendarase a realización de catro traballos ou exercicios prácticos, arredor de cada un dos temas da materia.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Foros de discusión	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorias) como non presenciais (consultas vía e-mail).
Resolución de problemas de forma autónoma	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorias) como non presenciais (consultas vía e-mail).
Probas	**Descrición**
Exame de preguntas obxectivas	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorias) como non presenciais (consultas vía e-mail).

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Foros de discusión	Trátase de realizar un glosario colaborativo relacionado cos contidos da materia. Cada participante do curso deberá de contribuír como mínimo con unha achega ao glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para a disciplina) e realizar tamén dous comentarios a definicións incorporadas ao glosario previamente por outros/as compañeiros/as (aclaracións, correccións, ampliacións, críticas, puntualizacións, etc. ás definicións de outros/as) - Valorarase a oportuna escolla de termos así como a súa definición. - Valorarase tanto o número de achegas (mínimo 1) e o número de comentarios a achegas doutros/as compañeiro/as (mínimo 2), como, fundamentalmente, a calidade, rigor e relevancia dos mesmos. - Así mesmo, valorarase o uso de fontes de información adecuadas e rigorosas para definir os vocábulos. Neste sentido, é obrigatorio que o alumnado indique sempre as referencias das fontes empregadas.	5	B1 B2 B5 B6 B10 B11 B13	C11 C15 C17 C18 C20 C21
Resolución de problemas de forma autónoma	4 traballos ou exercicios prácticos, que versarán arredor de cada un dos temas da materia. En cada traballo valorarase: - Precisión e claridade na exposición das ideas principais. - Orde e coherencia de argumentos. - Capacidade analítica, de relación, e o sentido crítico. - Corrección formal. - Correcto uso das fontes e referencias bibliográficas.	75	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B12 B13	C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C20
Exame de preguntas obxectivas	Proba de seguimento da adquisición das competencias e coñecementos da materia.	20	B1 B3 B6 B7 B8	C7 C8 C9 C10 C11 C15 C17 C20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Enténdese que os estudantes que teñan algunha cualificación nalgunha das actividades obxecto de avaliación seguen a avaliación continua e optan, por tanto, por este sistema de avaliación.

Para superar a avaliación continua é obrigatoria a realización todos os traballos e probas indicados arriba. Ademais é preciso obter como mínimo un 5 sobre 10 en cada un dos traballos e probas.
En caso de non superar algún traballo ou proba na primeira convocatoria (xaneiro) o alumno ou alumna deberá de entregar de novo as actividades non entregadas ou non superadas, na convocatoria de xuño-xullo (data límite de entrega o mesmo día do exame, vía FAITIC, no cartafol correspondente). Igualmente deberá repetir o exame na data fixada en xuño-xullo en caso de non superar ou non presentarse ao exame de xaneiro.O alumnado que suspenda ou deixe algunha tarefa sen realizar na primeira oportunidade tería unha cualificación de suspenso na primeira oportunidade (xaneiro). A nota numérica que lle aparecería en actas na primeira oportunidade (xaneiro) sería a correspondente á media ponderada das diferentes probas de avaliación, e en caso de que a media dese aprobado, aparecería lle unha cualificación de 4,9.

Alternativa b)

- Exame global dos contidos da materia en xuño-xullo. A cualificación do exame será o 100% da nota.
- Estrutura do exame do 100%:
    - Unha primeira parte de cuestións relativas a conceptos básicos da materia. Será necesario obter unha nota mínima (7 sobre 10) nesta parte da proba para poder realizar a seguinte parte.
    - Unha segunda parte consistente en cuestións de relacionamento, casos prácticos, exercicios, preguntas tipo tema, etc.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Máster para o curso 2019-2020. Non obstante, o calendario pode ser modificado ao longo do curso por algún imprevisto. Consultade a páxina web do Máster por se hai cambios no mesmo. No caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na mencionada páxina web (http://www.masterturismoourense.es/)

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

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo Termal e de Saúde				
Materia	Turismo Termal e de Saúde			
Código	O04M097V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	9	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Braña Cobas, Ramón Luis Crecente Maseda, Mario González Diéguez, Emma Ladeiras , Ana Losada Sánchez, María Nieves Pérez Fernández, María Reyes			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia Turismo Termal e de Saúde é unha materia fundamental dentro da titulación xa que achega unha parte moi importante dos coñecementos en materia termal que o alumno deberá posuír ao finalizar os estudos e obter o título. Esta materia servirá como elemento fundamental da especialización, xa que introducirá ao estudante as particularidades do sector. A metodoloxía será teórico-práctica. Nas clases teóricas desenvolveranse os conceptos necesarios para comprender e analizar o temario da materia. Nas clases prácticas exporanse exemplos, escenarios e casos para aplicar o exposto nas clases teóricas a situacións concretas e reais. Tras realizar o curso os estudantes serán capaces de definir o turismo termal, o perfil de quen o practican, analizar o termalismo en función dos diferentes tipos de clasificación das augas e dispor dunha ampla visión dos principais centros termais en Galicia e España, entre outras.			

Competencias	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B10	Negociar: chegar a acordos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecimiento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidad para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.

C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Coñecer todos os aspectos relativos á xestión dun destino ou establecementoTermal	A1 A2 A4	B3 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B13	C5 C7 C9 C10 C12
Estudar os principais centros termais en Galicia, España e os máis relevantes do estranxeiro	A2	B1 B3	
Coñecer o futuro do sector termal	A1 A2	B3 B4 B6 B7 B11	C11 C16

Contidos

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	40	80	120
Seminario	5	7.5	12.5
Obradoiro	5	7.5	12.5
Resolución de problemas de forma autónoma	0	75	75
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	2	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Clases teoricas
Seminario	Aplicación de contidos de clases teóricas
Obradoiro	Formulación de escenarios
Resolución de problemas de forma autónoma	Investigación para resolver casos

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición

Lección maxistral	Clases teóricas para exposición dos contidos principais
Seminario	Clases de exposición de aspectos concretos da materia.
Obradoiro	Sesións prácticas.

Avaliación				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Lección maxistral	Necesaria a asistencia dun mínimo do 80% das sesións na modalidade presencial	10	A1 A2 A4	C5 C7 C9 C10 C11 C12 C16
Seminario	Resolución de casos	30	B1 B3 B4 B6 B7 B8 B10 B11 B12 B13	C11 C16
Obradoiro	Resolución de casos de aula	20		C9 C16
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de traballo/	20		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exame	20	A1 A2 A4	C5 C7 C9 C10 C11

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

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

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

As cualificacións de todas as probas, parciais ou finais, prácticas e actividades só terán efectos no curso académico no que se propoñan. A plataforma de aula virtual conta con ferramentas para detectar posibles comportamentos anómalos e deshonestos, así como para detectar posibles plaxios en traballos escritos. No caso de detección de plaxio nalgunha proba/traballo/test/exame/actividade a cualificación final da materia será Suspenso (0) e o feito será comunicado ao Decanato do Centro para que adopte as medidas oportunas.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

Pérez Fernández, M.R, **Principios de hidroterapia y balneoterapia**, McGraw-Hill, 2005
Viegas, J.; Viegas, F., **Turismo de saúde e Bem-estar no mundo**, Senac, 2011

Recomendacións

Outros comentarios

Tanto a asistencia ás clases como aos posibles seminarios ou visitas a establecementos considéranse de carácter obrigatorio. Así como a realización dos casos prácticos de traballos colectivos e/ou individuais.
Contémplase tamén algunhas lecturas complementarias para aumentar o coñecemento sobre a materia fose da aula.
Valorarase positivamente a participación activa na clase, tanto achegas propias, como preguntas aos relatores e será de carácter obrigatorio a posta en común na clase dos traballos realizados.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Turismo de Natureza e Ecoturismo				
Materia	Turismo de Natureza e Ecoturismo			
Código	O04M097V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Diéguez Castrillón, María Isabel Paul Carril, Valeria			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

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

Resultados de aprendizaxe			
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Xuzgar de modo crítico conceptos crave, de materias como natureza, espazo natural, espazo protexido, ecoturismo, etc.	A3 A4 A5	B12	
Discutir os tipos de turismo na natureza que a bibliografia habitualmente distingue, o ecoturismo, destacando as súas especificidades	A1 A5	B12	
Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo na natureza e aprender a carazterizalas desde a perspectiva da mercadotecnia tendo en conta cuestións como os prezos	A5	B12	C15
Deseñar produtos de turismo na natureza especificamente de ecoturismo	A2 A4 A5	B8 B12	

Identificar os impactos que o turismo ten nos espazos naturais e no patrimonio natural e, a partir desta dedución, propor técnicas e métodos para xestionalos.	A2	B8 B12	C13 C15
Comprender os procedementos de planificación turística dos espazos protexidos, tanto normativos (de ordenación física ou zonificación) como de xestión (coa cuestión de uso público como tema central)	A1 A5		C1
Identificar técnicas e métodos para a xestión adecuada do turismo en espazos protexidos, a partir de casos prácticos, discutindo a pertinencia da eventual participación do sector privado nesa xestión.	A1 A2 A4 A5	B8 B11 B12	C3 C13 C15
Conseguir capacidades para traballar no medio natural e nos espazos naturais protexidos como profesionais ou técnicos/as en turismo, sobre todo nun marco colaborativo con outros/outras profesionais e no seo de organziacións ou organismos especializados	A2 A3 A4 A5	B11 B12 B13	C1 C13 C15

Contidos

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	25	5	30
Traballo tutelado	5	5	10
Estudo de casos	3	5	8
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	101	101

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Docencia teórico-práctica na aula. Impartirase en galego ou castelán, a petición do alumnado.
Traballo tutelado	Traballos adaptados á teoría.
Estudo de casos	Estudos de caso en función da teoría impartida.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Estudo de casos/análises de situación: o alumno poderá concertar titoría individualizada co coordinador da materia para preguntar dúbidas sobre o caso práctico a realizar, vinculado coa teoría desenvolvida na materia
Seminario	Os alumnos poderán discutir entre eles e pregutnar dúbidas ao coordinador sobre os casos prácticos a realizar.
Traballo tutelado	Nas propias aulas os alumnos debaterán e resolverán cuestións sobre a teoría que se está impartindo na propia clase.

Avaliación

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Data de exame da primeira convocatoria a indicada no calendario do oficial de exames do master.

Data de exame da segunda convocatoria a indicada no calendario oficial de exames do master.

Bibliografía. Fontes 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**,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas Externas				
Materia	Prácticas Externas			
Código	O04M097V01203			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	9	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafbrea@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	Contextualización das prácticas: descrición da institución/empresa. Perfís profesionais vinculados coa dirección e planificación do turismo. As prácticas externas como instrumento de desenvolvemento dos profesionais no sector turístico.			

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

C11	Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.
C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C17	Explicar o destino turístico como sistema.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C19	Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Pór en práctica todos os coñecementos adquiridos ao longo do máster, ao que se engade capacidade resolutiva, iniciativa, traballo en equipo e todas as competencias indicadas nas diferentes materias.	A1	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

Contidos

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas externas	0	210	210
Seminario	5	0	5
Informe de prácticas	0	10	10

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Prácticas externas	Realización de prácticas nunha empresa do sector turístico.
Seminario	Seminario introductorio: recomendacións para a realización das prácticas externas.

Atención personalizada

Metodoloxías	**Descrición**
Seminario	Orientacións para a realización das prácticas externas.
Prácticas externas	Realización das prácticas en empresas ou institucións do sector turístico.
Probas	**Descrición**
Informe de prácticas	Resumo das actividades realizadas nas prácticas.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Informe de prácticas	O alumno realizará un informe no que explicará as tarefas e funcións levadas a cabo durante as prácticas. A empresa cubrirá un impreso de valoración do alumno.	100	A1 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

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Traballo de Fin de Máster				
Materia	Traballo de Fin de Máster			
Código	O04M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafbrea@gmail.com			
Web				
Descrición xeral	-Planificación, deseño e desenvolvemento dun proxecto de dirección e planificación turística. -Elaboración dunha memoria do proxecto de empresa/institución.			

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

C15	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C19	Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
-Integrar os coñecementos asimilados sobre as diversas disciplinas impartidas durante todo o máster universitario nun único traballo.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21
-Facilitar o desenvolvemento das habilidades críticas, analíticas e creativas do alumno ao adaptar solucións e métodos estudados teoricamente a problemas reais.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21
-Proporcionar ao alumno unha oportunidade de observar as responsabilidades dos directivos e a complexidade na administración do sector turístico, xa que estarán inmersos nunha realidade empresarial que lles exporá dúbidas e retos.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21

Contidos

Tema
COMO ELABORAR UN TRABALLO FIN DE MÁSTER - Pautas e directrices para a elaboración dun traballo fin de máster.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	5	0	5
Traballo	0	144	144

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Seminario	Seminario de pautas e recomendacións para realizar un traballo fin de máster.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Seminario	Orientacións de como elaborar o TFM.
Probas	**Descrición**
Traballo	*Tutorización individual do TFM por parte do titor.

Avaliación				
Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
TraballoRealización dun TFM tutorizado ao longo do 2º cuadrimestre.	80	A1	B1	C1
		A2	B2	C2
		A3	B3	C3
		A4	B4	C4
		A5	B5	C5
			B6	C6
			B7	C7
			B8	C8
			B9	C9
			B10	C10
			B11	C11
			B13	C15
				C16
				C18
				C19
				C21

Outros comentarios sobre a Avaliación

As datas de defensa das convocatorias ordinaria e extraordinaria serán as oficiais do calendario académico do Máster.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións