



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 2014-2015 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**
- **GRADO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN** (solo se oferta cursos 3º y 4º)

En el curso 2014-2015 la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo incluirá un nuevo programa (**ADE INTERNACIONAL**) con 68 créditos impartidos en inglés. Durante los últimos años la Facultad de Empresariales y Turismo potenció de forma considerable a participación de los estudiantes en programas de movilidad. **ADE INTERNACIONAL** es un vehículo más para que estudiantes extranjeros puedan estudiar en nuestra Facultad.

Además, si eres Diplomado/a en Ciencias Empresariales puedes obtener tu Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) en uno solo curso académico. La través del **Curso Ponte para el Grado en ADE**.

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

- **MÁSTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA**
- **MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
- **MÁSTER OFICIAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

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

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPO DECANAL

Decana

Elena Rivo López

Teléfono: 988368800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

Vicedecana de Ordenación Académica y Alumnado

Mercedes Mareque Álvarez-Santullano

Teléfono: 988368728

e-mail: chedesmareque@uvigo.es

Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática

Diego Rodríguez-Toubes

Teléfono: 988368747

e-mail: drtoubes@uvigo.es

Vicedecana de Calidad

María de la Cruz del Río Rama

Teléfono: 988368727

e-mail: delrio@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales

Elena De Prada Creo

Teléfono: 988368726

e-mail: edeprada@uvigo.es

Secretaria

María Beatriz González Sánchez

Teléfono: 988368712

e-mail: bgonzale@uvigo.es

COLABORADORES

Comunicación Web y Redes Sociales

Fidel Picos Sánchez

Teléfono: 988368771

e-mail: fidel@uvigo.es

Localización

Edificio Jurídico-Empresarial

Campus Universitario Las Lagunas

32004 Ourense

Conserjería: + 34 988 368 700

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

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

Relaciones Internacionales: edeprada@uvigo.es

Información general: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Página web: www.fcetou.uvigo.es

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud

Asignaturas

Curso 1

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
004M097V01101	Xestión das Organizacións Turísticas	1c	6
004M097V01102	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos	1c	6
004M097V01103	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible	1c	6
004M097V01104	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo	1c	6
004M097V01105	Turismo Interior e Rural	1c	6
004M097V01201	Turismo Termal e de Saúde	2c	9
004M097V01202	Turismo de Natureza e Ecoturismo	2c	6
004M097V01203	Prácticas Externas	2c	9
004M097V01204	Traballo Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	004M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de del Río Rama, María de la Cruz Diéguez Castrillón, María Isabel Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene por objetivo la aproximación a la gestión empresarial turística desde una triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*) Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.

A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
A21	(*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B	Código	Competencias Transversales
	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.

Competencias de materia

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

Contenidos

Tema	
Módulo I. Gestión económica	Introducción a aspectos contables y financieros de las empresas turísticas tales como las técnicas de gestión económico-financieras o la selección de proyectos de inversión (tanto en condiciones de certeza como de incertidumbre).
Módulo II. Gestión de RRHH	Herramientas y técnicas relacionadas con el elemento humano de una organización.
Módulo III. Gestión de la calidad	Modelos de gestión de la calidad, y organismos de control y acreditación.

Planificación

Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales

Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	15	0	15
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	55	55
Trabajos tutelados	0	48	48
Sesión magistral	15	0	15
Otras	2	0	2

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

Metodologías

	Descripción
Seminarios	Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear como complemento de las clases teóricas.
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Trabajos tutelados	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante

Atención personalizada

	Descripción
Trabajos tutelados	Atención de las necesidades y consultas del estudiante relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se desarrollará en el aula, en el despacho y mediante el correo electrónico o el campus virtual.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	Trabajos vinculados que el desarrollo de la materia	80
Otras	Prueba de seguimiento	20

Otros comentarios y segunda convocatoria

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

La evaluación para la primera convocatoria consistirá:

Opción 1:

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

20% prueba de seguimiento

Opción 2:

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

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

OBSERVACIONES:

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

Fuentes de información

Mayo Rodríguez, Carlos, Introducción a la Contabilidad Financiera, Thompson, 2002

Amat, Oriol, Análisis Económico-Financiero, Gestión 2000, 2004

Ferruz, Luis, Dirección Financiera, Gestión 2000, 2002

Ferruz, Luis; Sarto, José Luis, Evaluación de Inversiones y Financiación, Gestión 2000, 1999

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

Acosta A., Fernández N., Mollón M, Recursos humanos en empresas de turismo y hostelería, Prentice Hall, 2002

Rubio A, Los recursos humanos en el sector turístico español, Ariel, 2001

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

García-Tenorio J., Sabater Ramón, Fundamentos de Dirección y Gestión de Recursos Humanos, Thompson, 2004

Sastre M. y Aguilar E, Dirección de Recursos Humanos. Un enfoque estratégico, McgrawHill, 2003

Julía, M.; Porche, F.; Jiménez, V. ; Verge, X, Gestión de la calidad aplicada a hostelería y restauración, Prentice Hall, 2002

Claver Cortés, E.; Llopis Taverner, J. Y Tarí Guillo, J.J. , Calidad y dirección de empresas, Civitas, 1999

Hidalgo Nuchera, A.; León Serrano, G. Y Pavón Morote, J, La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones. , Pirámide, 2002

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

Valls, J; Leppard J. , Como mejorar su servicio al cliente, Gestión 2000, 2004

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma				
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio Molinos Casal, Juan José Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*) Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
	A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
	A21	(*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B Código Competencias Transversales

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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
Ser capaz de revisar fontes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializalo e promocionalo.	saber	A8
	saber hacer	A10
	Saber estar /ser	A11
		A13
		A16
		A20
		A21
		B1
		B2
		B3
		B4
		B5
		B6

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Talleres	15	0	15
Tutoría en grupo	4	0	4
Trabajos tutelados	0	80	80
Proyectos	0	30	30
Sesión magistral	20	0	20
Trabajos y proyectos	0	1	1

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

Metodologías

	Descripción
Talleres	Asistencia a FITUR
Tutoría en grupo	Planteamiento de dudas sobre el trabajo final o sobre el contenido de las lecciones magistrales.
Trabajos tutelados	Realización y exposición de un trabajo final en grupo dirigido cuya evolución será seguida y evaluada en las tutorías grupales
Proyectos	Los alumnos deberán, planificar adecuadamente el trabajo-proyecto de la materia, seleccionar la tipología turística sobre la que crearán una ruta, la comercializarán y promocionarán, rganizando el marco teórico, la realización de las actividades marcadas, preparación de exposiciones,y entrega del trabajo final de grupo.
Sesión magistral	Serán impartidas por los profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Juan José Molinos, Lorena Rodríguez Campo y Julio Cerviño

Atención personalizada

	Descripción
Sesión magistral	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Talleres	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Tutoría en grupo	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Trabajos tutelados	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense
Proyectos	A través de emails y/o horas de tutoría que se realizarán en el despacho 4.20 de la Facultad de CC.Empresariales y Turismo, Campus de Ourense

Evaluación

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

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

Otros comentarios y segunda convocatoria

Vía evaluación continua: se realizarán entregas parciales del trabajo en grupo que serán corregidas y evaluadas, y que podrán mejorarse de cara a entregas posteriores. Ésto supondrá el 90% de la nota final. El 10% restante consistirá en un examen sobre el trabajo.

Vía examen final: se entregará todo el trabajo el día del examen final (90% de la nota) y se realizará una prueba final sobre competencias del trabajo (10%).

Fuentes de información

- ACERENZA, M.A. (2006): *Fundamentos de Marketing Turístico*, Trillas, Sevilla.
- ALBERT PIÑOLÉ, I. (2004): *Gestión, productos y servicios de agencias de viajes*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- ALEN GONZÁLEZ, E; RODRÍGUEZ LÓPEZ, N.; VÁZQUEZ ABAD, J. (2002): *Organización y Gestión en el Sector Turístico*.
- ALTÉS MACHÍN, CARMEN: *Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos*. Ed. Síntesis
- BIGNÉ, E.; FONT ARLET, X; ANDREU SIMÓ, L. (2000): Marketing de destinos turísticos. EsicÂ Editorial, Madrid.**
- BLANCO PERIS, A. (2002): *La empresa y el producto turístico*, Civitas, Madrid.
- BOULLON, ROBERTO (2004): *Marketing turístico. Una perspectiva desde la planificación*. 2ª edición. Ediciones Turísticas.
- CERVERÓ, J. (2002): *Marketing turístico*, Octaedro, Edic Universitarias de Barcelona.
- CERVIÑO, J. (2006): *Marketing Internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- CHIAS, J. (2004): *El negocio de la Felicidad. Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*, Prentice Hall, Madrid.
- ÉJARQUE, J. (2005): Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing, Ediciones Pirámide, Madrid.**
- GARCÍA HENCHE, B. (2003): *Marketing del turismo rural*. Ed. Pirámide.
- GARAU VADELL, J. B. (2003): *Gestión promocional de empresas turísticas*. Ed. Universidad de las Islas Baleares.
- IGLESIAS TOVAR, J. R. (2000): *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Ed. Síntesis.
- KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. (2004): *Marketing para turismo*, Pearson Educación, Tercera edición, Madrid.
- LANQUAR, R. (2001): *Marketing turístico: de lo global a lo local*, Ariel, Barcelona.
- LAZA MUÑOZ, P. y HERNANDIS BERNAL, L. (2005): *Gestión Económico Administrativa de las Agencias de Viajes*, Thomson Paraninfo, Madrid.
- MARTIN ROJO, I. (2003): *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*, Pirámide, Madrid.
- MUÑOZ OÑATE, F. (2000): *Marketing turístico*. Edit. Centro de estudios Ramón Areces.
- NANCLARES FRAGOSO, J. (2001): *Marketing y planificación para restaurantes*. Edit. Paraninfo.
- PARENTEAU, ALAIN (1995): *Marketing práctico de turismo en hostelería, restauración, turismo comercial e institucional*. Edit. Síntesis.
- REY, MANUEL (2004): *Fundamentos de marketing turístico*. Ed. Síntesis.
- ROCHAT, MICHEL (2000): *Marketing y gestión de la restauración*. Ed. Gestión.
- SERRA, ANTONI (2002): Marketing turístico. Esic Editorial.**
-

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

Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	O04M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Domínguez Vila, Trinidad Guisado Tato, Manuel Paul Carril, Valeria Vila Alonso, María Mercedes			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*) Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
	A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

A21 (*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B Código Competencias Transversales

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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
1 Conocer en qué consiste la planificación.	saber	A1
2 Revisar 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).	saber hacer	A6 A9 A13 A17
3 Entender que aporta la sustentabilidad al turismo.		A18
4 Comprender los impactos ambientales del turismo.		A19
5 Analizar el enfoque estratégico en la planificación, tanto en la perspectiva de los destinos como de las empresas. En lo tocante a las estrategias empresariales, acercar contenidos relativos a estrategias corporativas y a ventajas y estrategias competitivas.		A20 B1 B2
6 Determinar qué añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.		B3 B4
7 Aprender cuáles son las estrategias principales de internacionalización de las empresas turísticas y su impacto en la sostenibilidad de los destinos turísticos de distintos países.		B5 B6
8 Conocer los mecanismos de certificación ambiental turística de empresas y de destinos.		B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13

Contenidos

Tema	
II. EL ENFOQUE SOSTENIBLE EN TURISMO	2.1. Impactos ambientales del turismo. 2.2. Estrategias de desarrollo turístico sostenible. 2.3. Revisión de experiencias de planificación sostenible de destinos turísticos, con especial incidencia en las zonas antiguas de las ciudades.
III. EL ENFOQUE ESTRATÉGICO EN PLANIFICACIÓN DE DESTINOS	3.1. Introducción y origen de la planificación estratégica. 3.2. Definición y limitación. 3.3. Estructura de los planes estratégicos 3.4. Prognosis estratégica.

IV. GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

- 4.1. Análisis estratégico y de competitividad. Clústers de empresas y destinos turísticos
- 4.2. Ventajas y estrategias competitivas de las empresas turísticas
- 4.3. Estrategias corporativas de las empresas turísticas
- 4.4. Estrategias de innovación y desempeño innovador en el sector hostelero
- 4.5. Certificación ambiental de empresas y destinos turísticos

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	10	0	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	25	0	25
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	100	100

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

Metodologías	
	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas.
Trabajos de aula	Realización de trabajos en aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

Atención personalizada	
	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es
Seminarios	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente). Asimismo, será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello en el mes de enero (de carácter obligatorio). Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10 examen

Otros comentarios y segunda convocatoria

Fuentes de información
PAÜL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia, , 2011

Bloque 1.

ANTON, S. e GONZÁLEZ, F. (coords.) (2005): Planificación territorial del turismo. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

BLANQUER, D. (dir.) (2002): Ordenación y gestión del territorio turístico. València: Tirant lo Blanc.

GUNN, C. (1994): Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. Washington/London: Taylor & Francis.

HALL, C.M. (2000): Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Harlow: Pearson Education.

HALL, C.M. e PAGE, S.J. (1999): *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London/New York: Routledge.

INSKEEP, E. (1994): *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. London: Routledge/World Tourism Organization.

IVARS, J. (2003): *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Madrid: Síntesis. JAIMEZ, M.I. (2004): *Políticas públicas y turismo*. Sevilla: Junta de Andalucía. [Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/12155.pdf>]

LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.

MAZÓN, T. e ALEDO, A. (eds.) (2005): *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Alacant: CAM/Universitat d'Alacant.

SANTOS, X.M. (2005): *Galicia en cartel. A imaxe de Galicia na cartelaría turística*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

VELASCO, M. (2004): *La política turística. Gobierno y administración turística en España*. València: Tirant lo Blanc.

VERA, J. (coord.) (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. València: Tirant lo Blanc.

À

Bloque 2.

CARBONE, G. e YUNIS, E. (eds.) (2005): *Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers*. Paris/Madrid: United Nations Environment Programme/World Tourism Organization.

EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. e HAYNES, C.D.A. (2002): *Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management*. Gland / Cambridge: IUCN - The World Conservation Union. [Traducción ao español: EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. e HAYNES,

C.D.A. (2003): *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.]

INSKEEP, E. (1999): *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

LOIS, R.C. e SANTOS, X.M. (coords.) (2005): *Desarrollo turístico sostenible en ciudades históricas*. Santiago de Compostela/Lugo: Concello de Santiago de Compostela/Concello de Lugo.

LOIS, R.C. e SANTOS, X.M. (coords.) (2006): *Modelos de gestión: soluciones institucionales para las ciudades históricas | Modelos de gestão: soluções institucionais para as cidades históricas*. Santiago de Compostela/Porto: Concello de Santiago de Compostela/Câmara Municipal de Porto.

OTROS RECURSOS E FONTES DE INFORMACIÓN

PÉREZ DE LAS HERAS, M. (1999): *La guía del ecoturismo o cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. Madrid: Mundi-Prensa.

PÉREZ DE LAS HERAS, M. (2004): *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid: Mundi Prensa.

WEARING, S. e NEIL, J. (1999): *Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Butterworth-Heinemann. [Traducción ao español: WEARING, S. e NEIL, J. (2000): *Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis.]

WEAVER, D.B. (2006): *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford / Burlington: Elsevier.

À

Bloque 3.

CARRIÓN MAROTO, J. (2007): *Estrategia: de la visión a la acción*. ESIC.

EVANS, N.; CAMPBELL, D. e STONEHOUSE, G. (2008): *Gestión estratégica del turismo*. Síntesis.

GRANT, R.M. (1996): *Dirección estratégica*. Cívitas.

GUERRAS MARTÍN, L.A e NAVAS LÓPEZ, J.E. (2007): La dirección estratégica en la empresa. Cívitas.

GUISADO, M. (2002): Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros. Madrid : Pirámide

GUISADO, M. (2003): Estrategias de multinacionalización y políticas de empresa. Madrid : Pirámide.

GUISADO, M. e FERRO, C. (2008): Alianzas estratégicas : empresa y mercado. Trujillo: La Coria

Recomendaciones

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

Asignatura	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Ramos Valcárcel, David			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descrición general				

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.

A20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
A21	Construir la imagen de la organización.
Carácter B	
Código	Competencias Transversales
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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
1 Comprender la importancia de la información de carácter comercial para la toma de decisiones en el ámbito tanto de la gestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	saber	A2
Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico.	saber	A2 A11 B4
Conocer y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico.	saber saber hacer	A2 A14 B5
Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos y saber tratar esos datos.	saber hacer Saber estar / ser	A1 A2 B11
Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales.	saber saber hacer Saber estar / ser	A2 A3 B8
Conocer cuáles son las nuevas tecnologías que se están utilizando en el sector turístico.	saber	A14 B3
Conocer cuáles son las pautas de consumo de los consumidores turísticos, así como las nuevas tendencias, gustos y hábitos.	saber	A18 B6

Contidos

Tema

Bloque 1. Nuevas Tecnologías aplicadas al turismo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Web 2.0 <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Conceptos y filosofía 1.2. Usuario como generador de contenido (UGC) 1.3. Uso de los medios Blog, Wikis, Flickr, Slideshare, Youtube, Del.icio.us, Mashups 1.4. Como medir los resultados: Google Analytics, Google Trends 2. Redes Sociales <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Conceptos y arquitectura 2.2. Promoción a través de Facebook, Google+, Twitter, etc. 3. Cloud Computing y herramientas colaborativas <ol style="list-style-type: none"> 3.1. SO en la nube: eyeOS 3.2. Google Docs, Dropbox. etc
Bloque 2. Investigación de mercados turísticas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mecánica de la investigación comercial 2. Investigación cualitativa 3. Investigación cuantitativa
Bloque 3. Estadística aplicada al turismo.	<ol style="list-style-type: none"> 1 Introducción a la teoría del muestreo en poblaciones finitas: conceptos básicos. 2 Muestreo aleatorio simple: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Selección de una muestra por m.a.s. 3 Muestre sistemático: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra. 4 Muestreo estratificado: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales, tipos de afijación y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra. 5 Muestreo por conglomerados: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. . Selección de una muestra.
Bloque 4. Comportamiento del consumidor turístico.	<p>EL CONSUMIDOR Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. El consumidor 1.2. El comportamiento del consumidor y el marketing 1.3. El proceso de decisión de compra 1.4. Factores del proceso de decisión de compra <p>Universidade de Vigo Guía Docente da materia</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. EL CONSUMIDOR TURÍSTICO <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Factores influyentes en la compra 2.2. El nuevo consumidor turístico 2.3. Nuevas tendencias turísticas

Planificación docente

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

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y /o ejercicios relacionados con la materia. El estudiante debe desarrollar las soluciones adecuadas.

Atención personalizada

	Descripción
--	-------------

Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma

El alumno podrá consultar sus dudas a través de mail a jafraiz@uvigo.es (coordinador de la materia).

EVALUACIÓN:

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

Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5.

La entrega de las actividades se hará a través de faitic, menú ejercicios.

Pruebas de tipo test

El alumno podrá consultar sus dudas a través de mail a jafraiz@uvigo.es (coordinador de la materia).

EVALUACIÓN:

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

Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5.

La entrega de las actividades se hará a través de faitic, menú ejercicios.

Avaliación		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas e/ou ejercicios de forma autónoma	El estudiante debe desarrollar las soluciones adecuadas a los problemas planteados.	70
Pruebas de tipo test	El estudiante debe responder a las preguntas tipo test, marcando la alternativa que considera correcta.	30

Otros comentarios y segunda convocatoria

Bibliografía. Fuentes de información

Las fuentes bibliográficas serán especificadas en la plataforma Faitic de la Universidad de Vigo.

Recomendacións

Otros comentarios

EVALUACIÓN

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

Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5.

La entrega de las actividades se hará a través de faitic, menú ejercicios.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Interior y Rural**

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	004M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Nicolau González, Juan Luis			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
Descripción general	En esta asignatura se analizan los espacios turísticos de interior, así como todas las iniciativas de gestión turística para esta tipología de destinos. Dentro del turismo de interior también se abordará el turismo cultural, turismo rural y turismo urbano, entre otros.			

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*) Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
	A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

A21 (*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B Código Competencias Transversales

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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
El alumnado debe ser capaz de	saber	A9 A11
El alumnado debe ser capaz de	saber hacer	A13 A15 A17 A20 B2 B5 B6 B8
El alumnado debe ser capaz de	Saber estar /ser	B10 B13

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	20	30	50
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	66	66
Seminarios	15	0	15
Otros	1	0	1

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Clases magistrales con utilización de recursos audiovisuales e informáticos, charlas expertos y presentación de trabajos por los alumnos
Foros de discusión	Esta actividad consistirá en la creación de un glosario colaborativo sobre cada uno de los temas de la asignatura. Cada participante deberá contribuir introduciendo términos a los glosarios y comentando los términos introducidos por compañeros o compañeras. Los objetivos de la actividad son los siguientes: - Construcción colaborativa de un documento sintético que contenga los términos, conceptos y elementos relevantes de la disciplina, a fin de que pueda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo el grupo. - Comprensión profunda de los conceptos abstractos y la aplicación de los mismos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Se pedirá la realización de cuatro trabajos o ejercicios prácticos, alrededor de cada uno de los temas de la asignatura.
Seminarios	Se realizará un seminario enológico
Otros	A final de curso, en la fecha oficial establecida, se realizará una prueba de seguimiento de la asignatura y adquisición de las competencias requeridas.

Atención personalizada	
	Descripción
Foros de discusión	Para la realización de los trabajos y pruebas se contará con la tutela de la coordinadora de la asignatura.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Para la realización de los trabajos y pruebas se contará con la tutela de la coordinadora de la asignatura.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Foros de discusión	Se trata de realizar un glosario colaborativo relacionado con los contenidos de la asignatura. Cada participante del curso deberá de contribuir como mínimo con una aportación al glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para la disciplina) y realizar también dos comentarios a definiciones incorporadas al glosario previamente por otros/as compañeros/as (aclaraciones, correcciones, ampliaciones, críticas, puntualizaciones, etc. a las definiciones de otros/as) - Se valorará la oportuna elección del término así como su definición. - Se valorará tanto el número de aportaciones (mínimo 1) y el número de comentarios a aportaciones de otros/as compañero/las (mínimo 2), como, fundamentalmente, la calidad, rigor y relevancia de los mismos. - Asimismo, se valorará el uso de fuentes de información adecuadas y rigurosas para definir los vocablos. En este sentido, es obligatorio que el alumnado indique siempre las referencias de las fuentes empleadas.	5
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	4 trabajos o ejercicios prácticos, que versarán alrededor de cada uno de los temas de la asignatura. En cada trabajo se valorará: - Precisión y claridad en la exposición de las ideas principales. - Orden y coherencia de argumentos. - Capacidad analítica, de relación, y sentido crítico - Corrección formal. - Correcto uso de las fuentes y referencias bibliográficas.	75
Otros	Prueba de seguimiento. Necesario obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10 en esta prueba.	20

Otros comentarios y segunda convocatoria

El conjunto de criterios de evaluación arriba expuesto constituye el sistema de evaluación continua para la convocatoria de enero.

Para superar la evaluación continua es obligatoria la realización del 100% de los trabajos y pruebas a realizar en la asignatura. Además es preciso obtener como mínimo un 5 sobre 10 en cada uno de los trabajos y pruebas.

Segunda convocatoria (julio):

Alternativa a) Examen global de los contenidos de la asignatura en el mes de julio. La calificación del examen será el 100% de la nota.

Alternativa b) Solo para los estudiantes que hayan seguido la evaluación continua y no hayan superado alguno de los trabajos o pruebas: los trabajos y pruebas suspendidos se podrán recuperar en la fecha oficial de julio establecida para la evaluación de la asignatura.

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.

Observación importante:

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

Fuentes de información

GENERAL

- Crosby, A. (Ed.) (2009): Re-inventando el turismo rural: gestion y desarrollo. Laertes: Barcelona.
- Dachary, A. C. y Arnaiz B., Stella M. (2002): Globalizacion, Turismo y Sustentabilidad. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Dachary, A. C. (2005): Turismo rural. Modelos y propuestas. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Gandara, J. M. G.; Del Alcazar, B. (2005): Global Distribution System in Hospitality; en Pizam, A. (Org.): International Encyclopedia of Hospitality Management. Elsevier Limited: Oxford.
- Garcia Henche, B. (2006): Marketing del turismo rural. Ed. Piramide: Madrid.
- Gomez Borja, M.A.; Mondejar Jimenez, J.A.; Sevilla Sevilla, C. (Coord.) (2005): Gestión del turismo cultural y de ciudad. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Lopez-Guzman Guzman, T.J.; Lara de Vicente, F. (2005): Turismo sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional. Universidad de Cordoba, Servicio de Publicaciones.
- O.M.T. (2005): El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Publicacion Madrid.
- Sparrer M. (2007): Turismo no espacio rural e desenvolvimento. Consellería de Innovación e Industria. Direccion Xeral de Turismo. Xunta de Galicia.
- Troitino Vinuesa, M. A.; Garcia Marchante, J.S.; Garcia Hernandez, M. (Coord.) (2008): Destinos turisticos, viejos problemas, .nuevas soluciones?. X Coloquio de Geografia del Turismo, Ocio y Recreacion (A.G.E). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Valenzuela Rubio (Coord.) (1997): Los Turismos de Interior: El retorno a la tradicion viajera.UA, Ediciones: Madrid.
- Vinals Blasco M. J (2002): Turismo en espacios naturales y rurales II. Universidad Politecnica de Valencia: Valencia.

ESPECÍFICA

- Marques, C. P. (2006): Seeking to Escape: Sights over Approach-Avoidance Dialectics. En M. Kozak y L. Andreu (Eds.): Progress in Tourism Marketing. Amsterdam; Oxford: Elsevier. (Advances in Tourism Research), 191-205.
- Marques, C. P. y Hernandez Maestro, R. M. (2005): O Marketing do Turismo Rural no Douro-Duero: Conhecendo o Cliente. En INTERREG III A-Douro-Duero Sec. XXI: Aproveitamento e Valorizacao dos Recursos. Vila Real: UTAD. 149-157.
- Gándara, J. M. G. (2003): Ações Comunicativas o Destino Turístico Curitiba. En: Regowski, M.; Kramer, B. (Org.): Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégia e Gestão. São Paulo: ATLAS, v. 1, 169-178.
- Pereiro, X. (2004): Para uma antropologia das relações entre os mundos rurais e os mundos urbanos, en Revista Tellus

(Câmara Municipal de Vila Real).

- Pereiro Perez, X. (2003): Patrimonialização e transformação das identidades culturais, en Portela, J. y Castro Caldas, J. (coords.): Portugal Chao. Oeiras: Celta editora, pp. 231-247.

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

Recomendaciones

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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Idioma	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Álvarez García, José Ballbé Mallol, Francisco Xavier Barreiro Pousa, Luis Alberto Crecente Maseda, Mario Díaz Fernández, Ileana González Diéguez, Emma 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>			

Competencias de titulación

Carácter	A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)	Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*)	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)	Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.

A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
A21	(*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B Código Competencias Transversales

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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
Conocer las diferencias entre las distintas clasificaciones de las aguas.	saber	B1
Establecer las diferencias entre el pasado y el presente del Turismo Termal	saber	A2 B1
Conocer los componentes del Turismo Termal	saber	A8 B3
Estudiar los principales centros termales en Galicia, España y los más relevantes del extranjero	saber saber hacer	A2 A15 B1 B3
Conocer el futuro del sector termal	saber saber hacer	A1 A2 A13 A14 B3
Conocer las principales técnicas termales, qué son y para qué se utilizan	saber hacer	A16

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.
- 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
Sesión magistral	30	60	90
Seminarios	5	20	25
Talleres	5	20	25
Otros	0	8	8
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	75	75
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Clases teóricas
Seminarios	Aplicación de contenidos de clases teóricas
Talleres	Planteamiento de escenarios
Otros	Tutorías
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Investigación para resolver casos

Atención personalizada

	Descripción
Sesión magistral	En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.
Seminarios	En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.

Talleres En la modalidad presencial la materia requiere una actitud participativa del alumno y una asistencia presencial en la que se realizarán distintos trabajos y actividades tanto de forma grupal, como individual. El alumno deberá asimilar los contenidos teóricos que posteriormente aplicará a casos prácticos relacionados con los contenidos de cada una de las sesiones. Además de los contenidos teóricos impartidos por los profesores de la Facultad los alumnos podrán conocer el sector turístico de salud más a fondo con la visita de profesionales del sector que expondrán sus experiencias y conocimientos en este sentido.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Necesaria la asistencia de un mínimo del 80% de las sesiones en la modalidad presencial	10
Seminarios	Resolución de casos de aula	10
Talleres	Resolución de casos de aula	10
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Realización de trabajo/s	20
Pruebas de respuesta corta	Examen	50

Otros comentarios y segunda convocatoria

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 50% de la nota final. El otro 50% corresponderá a la realización de un examen de la parte teórica. Para que se tenga en cuenta la nota de evaluación continua es necesario alcanzar una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 en el examen.

En caso de no superar la evaluación continua (incluido el 80% de asistencia), el alumno tendrá que hacer un examen final que se corresponderá con el 100% de la nota.

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

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

Fuentes de información

Alén González, M. E. (2007): *Calidade de servizo en establecementos termais de Galicia*. Ed. Xunta de Galicia, Dirección Xeral de Turismo, Santiago de Compostela

Baeza, J., López, J., y Ramírez, A. (2001): *Las aguas minerales de España*. Madrid: IGME.

IET (2008): *Estudios de productos turísticos. Turismo de Salud*. Octubre. Madrid: Instituto de Estudios Turísticos

Mourelle, L.; Meijide, R.; Freire, A.; Maraver, F.; Carretero, M. (2009): *Técnicas hidrotermales y estética del bienestar*. Madrid: Editorial Paraninfo

Observatorio Nacional del Termalismo y Desarrollo Rural (2010): Disponible en: <http://www.observatoriotermalismo.org/>

Pérez Fernández, M.R. (2005): *Principios de hidroterapia y balneoterapia*. McGraw-Hill Interamericana de España: Madrid

Viegas, J.; Viegas, F. (2011): *Turismo de saúde e Bem-estar no mundo*. Sao Paulo: Editora Senac

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	004M097V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Idioma				
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Paul Carril, Valeria			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>(*)Fundamentalmente la materia pretende afrontar el estudio de las actividades y de los destinos turísticos que tienen como atractivo principal la naturaleza y que, por tanto, generan un flujo de visitantes que encuentran en la naturaleza el motivo más destacado para su desplazamiento de ocio. Al otro lado de este objetivo general, la materia se ciñe de forma específica al ecoturismo, que constituye una modalidad concreta dentro del mundo de los turismos en la naturaleza, con sus propias peculiaridades distintivas. La materia opta por acercar tanto una perspectiva general como una lectura pormenorizada de Galicia como ámbito territorial con enorme potencial en el campo objeto de estudio y que será con probabilidad el espacio de referencia para el desempeño profesional de los/de las postgraduados/las, tanto si éste se desarrolla en empresas del sector privado como si tiene lugar dentro de las administraciones públicas. La materia tiene carácter obligatorio y se sitúa en el módulo específico de Turismo de Interior y de Salud, propio del Máster de Turismo en la Universidad de Vigo. De este modo, Turismo de la Naturaleza y Ecoturismo es plenamente pertinente en el seno de la especialización por la que apostó el campus ourensano. En paralelo, Turismo Interior y Rural y Turismo Termal y de Salud completan la formación específica. Sea como fuere, el foco de atención de esta materia es distintivo en la medida en que se ponen el énfasis en todas aquellas actividades turísticas que sitúan la naturaleza, entendida en un sentido amplio, en su centro, mientras que las otras dos materias de especialidad se centran en el rural y en el termal, respectivamente</p>			

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	(*)Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	(*) Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	(*)Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	(*)Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	(*)Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	(*)Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	(*)Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	(*)Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	(*)Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	(*)Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	(*)Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	(*)Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	(*)Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.

A14	(*)Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
A15	(*)Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
A16	(*)Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
A17	(*)Explicar el destino turístico como sistema.
A18	(*)Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
A19	(*)Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
A20	(*)Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
A21	(*)Construir la imagen de la organización.

Carácter B Código Competencias Transversales

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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
-------------------------	-----------	--------------

1 Estudiar a fondo la idea de naturaleza.	saber	A1
2 Entender la importancia del patrimonio, en especial del patrimonio natural, en la planificación, diseño y gestión de las actividades turísticas	saber hacer	A2
3 Juzgar de modo crítico conceptos clave de la materia como naturaleza, espacio natural, espacio protegido, ecoturismo, etc.	Saber estar /ser	A3
4 Discutir los tipos de turismo en la naturaleza que la bibliografía habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades.		A4
5		A6
Analizar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la naturaleza y aprender a caracterizarlas desde la perspectiva del marketing y teniendo en cuenta cuestiones como los precios.		A9
6 Diseñar productos de turismo en la naturaleza, específicamente de ecoturismo.		A11
7 Deducir los impactos que el turismo tiene en los espacios naturales y en el patrimonio natural y, a partir de esta deducción, propone técnicas y métodos para gestionarlos.		A12
8		A13
Comprender los procedimientos de planificación turística de los espacios protegidos, tanto normativos (de ordenación física o zonificación) como de gestión (con la cuestión del uso público como tema central).		B1
9		B2
Aprender 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.		B3
10		B4
Conseguir capacidades para trabajar en el medio natural y en los espacios naturales protegidos como profesionales o técnico/as en turismo, sobre todo en un marco colaborativo con otro/as profesionales y en el seno de organizaciones u organismos especializados.		B5
		B6
		B7
		B8
		B9
		B10
		B11
		B12
		B13

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	10	0	10

Estudio de casos/análisis de situaciones	25	0	25
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	100	100

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

Metodologías

	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas.
Trabajos de aula	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

Atención personalizada

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es
Seminarios	El alumnado tendrá en todo momento el apoyo docente para la solución de problemas o dudas, y también para la realización de las tareas. Podrá recibir atención mediante el correo electrónico: naraujo@uvigo.es

Evaluación

	Descripción	Calificación
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente). Asimismo, será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello en el mes de enero (de carácter obligatorio). Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	90 trabajos 10 exámenes

Otros comentarios y segunda convocatoria

Fuentes de información

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Prácticas Externas**

Asignatura	Prácticas Externas			
Código	004M097V01203			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Idioma				
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
	A20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
	A21	Construir la imagen de la organización.
Carácter B	Código	Competencias Transversales
	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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
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.	saber saber hacer Saber estar / ser	A12 B1

Contidos

Tema	
<p>En la carpeta documentos y enlaces (faitic) podéis ver el listado de empresas con las que podéis hacer prácticas. Tenéis hasta el 15 de noviembre de 2014 para elegir una y subir el impreso correspondiente en faitic/ejercicios.</p> <p>En caso de que alguna de las empresas elegidas no oferte tantas plazas como alumnos interesados, se seguirá como criterio de selección el expediente académico. Por ello deberéis indicar una segunda y tercera opción. El plazo para realizar las prácticas comprende los meses de abril, mayo y junio e incluso julio si es necesario. Tenéis que hacer como mínimo 300 horas, por lo que podéis indicar en la hoja si queréis abril-mayo o junio-julio, o si os es indiferente.</p> <p>Es posible hacer las prácticas con una empresa del sector turístico no recogida en el listado, para lo que debéis contactar con la empresa y en caso de que quieran que hagáis las prácticas con ellos, nosotros os facilitaríamos los documentos necesarios para formalizar el convenio de prácticas. Pasado noviembre iremos contactando con vosotros para daros los papeles que la empresa tiene que firmar para formalizar vuestras prácticas.</p>	Prácticas en empresas/organizaciones turísticas
La propia empresa valorará las prácticas (para ello le debéis entregar el impreso de evaluación que aparece en faitic).	Evaluación prácticas

Planificación docente

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Informes/memorias de prácticas	0	10	10

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

Metodología docente

Descripción

Atención personalizada

Descripción

Informes/memorias de prácticas Se asignará un tutor de prácticas en la propia empresa y un tutor en la facultad (el coordinador del master).

Avaliación

	Descripción	Calificación
Informes/memorias de prácticas	Documento escrito que refleja de forma detallada información de la empresa/organización, las actividades realizados por el estudiante, y la valoración de las mismas.	100
	Se adjuntará también la evaluación realizada por el tutor de la empresas.	

Otros comentarios y segunda convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	004M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Idioma	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Alén González, María Elisa Álvarez García, José Araújo Vila, Noelia Carlos Villamarín, Pablo de del Río Rama, María de la Cruz Fraiz Brea, José Antonio Paul Carril, Valeria Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación

Carácter A	Código	Competencias Específicas
	A1	Aplicar instrumentos de planificación.
	A2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
	A3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
	A4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
	A5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
	A6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
	A7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
	A8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
	A9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
	A10	Citar las técnicas de dirección empresarial
	A11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
	A12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).
	A13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
	A14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
	A15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
	A16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
	A17	Explicar el destino turístico como sistema.
	A18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
	A19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.

A20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
A21	Construir la imagen de la organización.
Carácter B	Código Competencias Transversales
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.

Competencias de materia

Competencias de materia	Tipología	Competencias
Integrar los conocimientos asimilados sobre las diversas disciplinas impartidas durante todo el postgrado en un único trabajo.	saber saber hacer	A1 A2 A3 A8 A11 A19 B1 B6
Facilitar el desarrollo de las habilidades críticas, analíticas y creativas del alumno al adaptar soluciones y métodos estudiados teóricamente a problemas reales. Proporcionar al alumno una oportunidad de observar las responsabilidades de los directivos y la complejidad en la administración del sector turístico, ya que estarán inmersos en una realidad empresarial que les planteará dudas y retos.	saber saber hacer Saber estar / ser	A7 A13 B5

Contidos

Tema

ASIGNACIÓN DE TEMA Y TUTOR**Asignación de tema y tutor**

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

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

- Asignación de tutor:

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

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

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

CITACIÓN PARA LA DEFENSA:**Citación para la defensa**

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

DEFENSA PÚBLICA:

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

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

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

Planificación docente

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos e proyectos	0	150	150

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

Metodología docente

Descripción

Atención personalizada

Descripción

Traballos e proxectos TAREAS DEL TUTOR/DIRECTOR DE PROYECTO:

- El tutor será un profesor cuya función consistirá en orientar al alumno durante la realización del Trabajo, supervisar y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados. En el caso de cotutorización por lo menos uno de los cotutores será profesor doctor, pudiendo ser el otro un profesional del sector o profesor ajeno a la docencia del master. En caso de tutorización única, el profesor tendrá que ser doctor.
- El tutor de un Trabajo de Fin de Máster no podrá ser miembro de la Comisión Evaluadora que lo califique.
- Tendrá que facilitar al alumno las orientaciones adecuadas ante los problemas que vayan surgiendo en el desarrollo del proyecto. Esto no implica que el director o tutor del proyecto resuelva los problemas ya que se está examinando la capacidad del alumno para hacerles frente.
- El tutor supervisará la realización del proyecto, la calidad de sus contenidos, y que se desarrolle de acuerdo con las presentes normas, consultando con el Coordinador del Postgrado cuantas dudas le surjan.
- Dará su opinión sobre el alumno y el trabajo realizado rellenando el formulario elaborado al efecto y entregándoselo al responsable del master.
- En general ningún director podrá dirigir más de 2 proyectos distintos en el mismo curso académico, las excepciones a esta regla deberán ser autorizadas por el Coordinador. En el caso de cotutorizar, el alumno computará como la mitad, para el máximo de dirigir 2 proyectos.

Avaliación		
	Descripción	Calificación
Traballos e proxectos	Presentación documental del Trabajo Fin de Master.	100
	Presentación oral y defensa ante un Tribunal de evaluación.	

Otros comentarios y segunda convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Otros comentarios

ESTRUCTURA DEL TRABAJO FIN DE MASTER:

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

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

La extensión máxima será de 60 folios (aproximadamente)

Se escribirá a una sola cara en formato A4.

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

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

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

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

La estructura del abstract sería la siguiente:

ABSTRACT

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

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

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

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

Tabla 1: ejemplo de numeración de tabla

Fuente: INE, 2010.

Referencias

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

Ejemplos:

La referencia a una publicación en la revista:

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

La referencia a un libro:

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

Referencia a un capítulo de un libro editado:

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

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

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

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

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

cualquier otro instrumento de la investigación. En el texto del trabajo se hace referencia a los contenidos del anexo. Un trabajo puede incluir más de un anexo.

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