



Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Presentación

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

A oferta educativa para o próximo curso 2014-2015 no Centro é:

Títulos de Grao:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONXUNTO DE ESTUDOS ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS + ENXEÑARÍA INFORMÁTICA**
- **PROGRAMA CONXUNTO DE ESTUDOS ADMINISTRACIÓN E DIRECCIÓN DE EMPRESAS + DEREITO**
- **GRADO EN CONSULTORÍA E XESTIÓN DA INFORMACIÓN** (só se oferta cursos 3º e 4º)

No curso 2014-2015 a Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo incluíra un novo programa (**ADE INTERNACIONAL**) con 68 créditos impartidos en inglés. Durante os últimos anos a Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo potenciou de forma considerable a participación dos estudantes en programas de mobilidade. **ADE INTERNACIONAL** é un vehículo máis para que estudantes estranxeiros poidan estudar na nosa Facultade.

Ademais, se es Diplomado/a en Ciencias Empresariais podes obter o teu Grao en Administración e Dirección de Empresas (ADE) en un só curso académico. A través do **Curso Ponte para o Grao en ADE**.

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

- **MASTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN NA EMPRESA**
- **MASTER OFICIAL EN DIRECCIÓN E PLANIFICACIÓN DO TURISMO**
- **MASTER OFICIAL EN XESTIÓN EMPRESARIAL DO DEPORTE**

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

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPA DECANAL

Decana

Elena Rivo López
Teléfono: 988368800
e-mail: decano.eto@uvigo.es

Vicedecana de Ordenación Académica e Alumnado

Mercedes Mareque Álvarez-Santullano
Teléfono: 988368728
e-mail: chedesmareque@uvigo.es

Vicedecano de Estudos de Grao e Xestión Informática

Diego Rodríguez-Toubes

Teléfono: 988368747
e-mail: drtoubes@uvigo.es

Vicedecana de Calidade

María de la Cruz del Río Rama
Teléfono: 988368727
e-mail: delrio@uvigo.es

Vicedecana de Relacións Internacionais

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 e Redes Sociais

Fidel Picos Sánchez
Teléfono: 988368771
e-mail: fidel@uvigo.es

Localización

Edificio Xurídico-Empresarial
Campus Universitario As Lagoas
32004 Ourense

Conserxería: + 34 988 368 700

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

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

Relacións Internacionais: edeprada@uvigo.es

Información xeral: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Páxina web: www.fcetou.uvigo.es

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

Materias

Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Materia	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	Cuadrimestre
	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 xeral	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 Transversais
	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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais

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

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

Metodoloxías

	Descrición
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

	Descrición
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

	Descrición	Cualificación
Trabajos tutelados	Trabajos vinculados que el desarrollo de la materia	80
Otras	Prueba de seguimiento	20

Outros comentarios e 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 e Promoción de Produtos Turísticos**

Materia	Diseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos			
Código	O04M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	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				
Descrición xeral				

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 Transversais
	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 fuentes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializarlo y promocionarlo.	saber	A8
	saber hacer	A10
	Saber estar / ser	A11
		A13
		A16
		A20
		A21
		B1
		B2
		B3
		B4
		B5
		B6

Contidos

Tema

1.-Introdución á mercadotecnia e Plan de mercadotecnia.	Coñecer a mercadotecnia como concepto que engloba distintos aspectos tales como: investigación de mercados, venda, promoción, segmentación, posicionamento, mercados obxectivo, mercadotecnia-mix.
2.- Segmentación e Posicionamento.	
3.- Mercadotecnia-mix.	
4.- O Produto turístico.	Coñecer as novas tendencias na creación de produtos turísticos, deseñar produtos e paquetes turísticos. Impulsar o desenvolvemento de ofertas turísticas específicas e a posta en marcha das canles de venda precisos para a súa correcta distribución. Orzalos.
5.- A contorna actual e as Novas Tendencias na creación de produtos.	
6.- Xestión da Oferta. Creación de Paquetes Turísticos.	
7.- Proceso de Comunicación, Fixación de Obxectivos e Orzamento promocional.	Proporcionar, desde o coñecemento teórico e a experiencia práctica, o dominio das ferramentas de promoción de produtos turísticos (tanto tradicionais como as xurdidas coa aplicación do TICs) das que pode facer uso unha empresa privada ou unha institución pública.
8.- Ferramentas do Plan de Comunicación Integral.	
9.- Calendario/timing promocional.	
10.- Marca de Produtos e Imaxe de Destinos Turísticos.	Saber seleccionar os instrumentos de comunicación dos que podemos beneficiarnos no timing promocional, tendo en conta o orzamento promocional e as técnicas de avaliación (pre e post) campañas.
	Creación da imaxe de marca do paquete/produto turístico. Posicionamento acorde coa imaxe do destino turístico.

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Obradoiros	15	0	15
Titoría en grupo	4	0	4
Traballos tutelados	0	80	80
Proxectos	0	30	30
Sesión maxistral	20	0	20
Traballos e proxectos	0	1	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Obradoiros	Asistencia a FITUR
Titoría en grupo	Formulación de dúbidas sobre o traballo final ou sobre o contido das leccións maxistrais.
Traballos tutelados	Realización e exposición dun traballo final en grupo dirixido cuxa evolución será seguida e avaliada nas titorías grupais
Proxectos	Os alumnos deberán, planificar adecuadamente o traballo-proxecto da materia, seleccionar a tipoloxía turística sobre a que crearán unha ruta, comercializarana e promocionarán, organizando o marco teórico, a realización das actividades marcadas, preparación de exposicións, e entrega do traballo final de grupo.
Sesión maxistral	Serán impartidas polos profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Juan José Muíños, Lorena Rodríguez Campo e Julio Cerviño

Atención personalizada

	Descrición
Sesión maxistral	A través de emails e/ou horas de titoría que se realizarán no despacho 4.20 da Facultade de CC.Empresariais e Turismo, Campus de Ourense
Obradoiros	A través de emails e/ou horas de titoría que se realizarán no despacho 4.20 da Facultade de CC.Empresariais e Turismo, Campus de Ourense
Titoría en grupo	A través de emails e/ou horas de titoría que se realizarán no despacho 4.20 da Facultade de CC.Empresariais e Turismo, Campus de Ourense
Traballos tutelados	A través de emails e/ou horas de titoría que se realizarán no despacho 4.20 da Facultade de CC.Empresariais e Turismo, Campus de Ourense
Proxectos	A través de emails e/ou horas de titoría que se realizarán no despacho 4.20 da Facultade de CC.Empresariais e Turismo, Campus de Ourense

Avaliación

Descrición	Cualificación
------------	---------------

Traballos e proxectos	100% da nota, traballo en grupo (avaliarase individualmente a asistencia e seguimento en titorías; a profundidade e orixinalidade do tema analizado; a bibliografía revisada; a defensa e presentación do traballo e a resposta ás preguntas expostas pola profesora e o resto de alumnos/compañeiros o día do exame).	100
-----------------------	--	-----

Outros comentarios e segunda convocatoria

Vía avaliación continua: realizaranse entregas parciais do traballo en grupo que serán corrixidas e avaliadas, e que poderán mellorarse de cara a entregas posteriores. Isto suporá o 90% da nota final. O 10% restante consistirá nun exame sobre o traballo.

Vía exame final: entregarase todo o traballo o día do exame final (90% da nota) e realizarase unha proba final sobre competencias do traballo (10%).

Bibliografía. Fontes 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**

Materia	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	O04M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	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 xeral				

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 Transversais
	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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodoloxías	
	Descrición
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	
	Descrición
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		
	Descrición	Cualificación
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 examen

Outros comentarios e 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.

Â

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.

Â

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**

Materia	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	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 xeral				

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 Transversais
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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	149	0	149
Probas de tipo test	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas e/ou exercicios 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

	Descrición

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	Cualificación
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

Outros comentarios e segunda convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

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

Recomendacións

Outros comentarios

EVALUACIÓN

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

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

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Interior e Rural**

Materia	Turismo Interior e Rural			
Código	004M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Idioma	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Nicolau Gonzálbez, Juan Luis			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
Descrición xeral	Nesta materia analízanse os espazos turísticos de interior, así como todas as iniciativas de xestión turística para esta tipoloxía de destinos. Dentro do turismo de interior tamén se abordará o turismo cultural, turismo rural e turismo urbano, entre outros.			

Competencias 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 Transversais
	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	Tipoloxía	Competencias
O alumnado debe ser quen de	saber	A9 A11
O alumnado debe ser quen de	saber facer	A13 A15 A17 A20 B2 B5 B6 B8
O alumnado debe ser quen de	Saber estar / ser	B10 B13

Contidos

Tema

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

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	20	30	50
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	66	66
Seminarios	15	0	15
Outros	1	0	1

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Clases maxistrais con utilización de recursos audiovisuais e informáticos, charlas de expertos e presentación de traballos polos alumnos
Foros de discusión	Esta actividade consistirá na creación dun glosario colaborativo sobre cada un dos temas da materia. Cada participante deberá contribuír introducindo termos aos glosarios e comentando os termos introducidos por compañeiros ou compañeiras. Os obxectivos da actividade son os seguintes: <ul style="list-style-type: none">• Construción colaborativa dun documento sintético que conteña os termos, conceptos e elementos relevantes da disciplina, a fin de que poda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo o grupo.• Comprensión profunda dos conceptos abstractos e a aplicación dos mesmos.
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Encomendarase a realización de catro traballos ou exercicios prácticos, arredor de cada un dos temas da materia.
Seminarios	Realizarase un seminario enolóxico
Outros	A final de curso, na data oficial establecida, realizarase unha proba de seguimento da materia e adquisición das competencias requiridas.

Atención personalizada

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

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Foros de discusión	Trátase de realizar un glosario colaborativo relacionado cos contidos da materia. Cada participante do curso deberá de contribuír como mínimo con unha achega ao glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para a disciplina) e realizar tamén dous comentarios a definicións incorporadas ao glosario previamente por outros/as compañeiros/as (aclarácións, correccións, ampliacións, críticas, puntualizacións, etc. ás definicións de outros/as) - Valorarase a oportuna escolla de termos así como a súa definición. - Valorarase tanto o número de achegas (mínimo 1) e o número de comentarios a achegas doutros/as compañeiro/as (mínimo 2), como, fundamentalmente, a calidade, rigor e relevancia dos mesmos. - Así mesmo, valorarase o uso de fontes de información adecuadas e rigorosas para definir os vocábulos. Neste sentido, é obrigatorio que o alumnado indique sempre as referencias das fontes empregadas.	5
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	4 traballos ou exercicios prácticos, que versarán arredor de cada un dos temas da materia. En cada traballo valorarase: <ul style="list-style-type: none">• Precisión e claridade na exposición das ideas principais.• Orde e coherencia de argumentos.• Capacidade analítica, de relación, e o sentido crítico.• Corrección formal.• Correcto uso das fontes e referencias bibliográficas.	75
Outros	Proba de seguimento. Necesario obter unha puntuación mínima de 5 sobre 10 nesta proba.	20

Outros comentarios e segunda convocatoria

O conxunto de criterios de avaliación arriba exposto constitúe o sistema de avaliación continua para a convocatoria de xaneiro.

Para superar a avaliación continua é obrigatoria a realización do 100% dos traballos e probas a realizar na materia. Ademais é preciso obter como mínimo un 5 sobre 10 en cada un dos traballos e probas.

Segunda convocatoria (xullo):

Alternativa a) Exame global dos contidos da materia no mes de xullo. A cualificación do exame será o 100% da nota.

Alternativa b) Só para os estudantes que teñan seguido a avaliación continua e non teñan superado algún dos traballos ou probas: os traballos e probas suspendidos poderanse recuperar na data oficial de xullo establecida para a avaliación da materia.

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

Observación importante:

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

Bibliografía. Fontes de información

XERAL

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

ESPECIFICA

- Marques, C. P. (2006): Seeking to Escape: Sights over Approach-Avoidance Dialectics. En M. Kozak y L. Andreu (Eds.): Progress in Tourism Marketing. Amsterdam; Oxford: Elsevier. (Advances in Tourism Research), 191-205.
- Marques, C. P. y Hernandez Maestro, R. M. (2005): O Marketing do Turismo Rural no Douro-Duero: Conhecendo o Cliente. En INTERREG III A-Douro-Duero Sec. XXI: Aproveitamento e Valorizacao dos Recursos. Vila Real: UTAD. 149-157.
- Gándara, J. M. G. (2003): Ações Comunicativas o Destino Turístico Curitiba. En: Regowski, M.; Kramer, B. (Org.): Turismo Contemporâneo: Desenvolvimento, Estratégia e Gestão. São Paulo: ATLAS, v. 1, 169-178.
- Pereiro, X. (2004): Para uma antropologia das relações entre os mundos rurais e os mundos urbanos, en Revista Tellus (Câmara Municipal de Vila Real).
- Pereiro Perez, X. (2003): Patrimonialização e transformação das identidades culturais, en Portela, J. y Castro Caldas, J. (coords.): Portugal Chao. Oeiras: Celta editora, pp. 231-247.

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Termal e de Saúde**

Materia	Turismo Termal e de Saúde			
Código	004M097V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	9	OB	1	2c
Idioma	Castelán Galego			
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				
Descrición xeral	<p>A materia Turismo Termal e de Saúde é unha materia fundamental dentro da titulación xa que achega unha parte moi importante dos coñecementos en materia termal que o alumno deberá posuír ao finalizar os estudos e obter o título.</p> <p>Esta materia servirá como elemento fundamental da especialización, xa que introducirá ao estudante as particularidades do sector.</p> <p>A metodoloxía será teórico-práctica. Nas clases teóricas desenvolveranse os conceptos necesarios para comprender e analizar o temario da materia. Nas clases prácticas expóranse exemplos, escenarios e casos para aplicar o exposto nas clases teóricas a situacións concretas e reais.</p> <p>Tras realizar o curso os estudantes serán capaces de definir o turismo termal, o perfil de quen o practican, analizar o termalismo en función dos diferentes tipos de clasificación das augas e dispor dunha ampla visión dos principais centros termais en Galicia e España, entre outras.</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 Transversais

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

Contidos

Tema

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

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	30	60	90
Seminarios	5	20	25
Obradoiros	5	20	25
Outros	0	8	8
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	0	75	75
Probas de resposta curta	0	2	2

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Clases teóricas
Seminarios	Aplicación de contidos de clases teóricas
Obradoiros	Formulación de escenarios
Outros	Titorías
Resolución de problemas e/ou exercicios de forma autónoma	Investigación para resolver casos

Atención personalizada

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

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

Avaliación

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

Outros comentarios e segunda convocatoria

Modalidade presencial. A materia require unha presencialidade na parte teórica (mínimo 80%) para poder resolver as cuestións formuladas na aula así como para resolver o traballo da materia. Así, a nota de avaliación continua suporá o 50% da nota final. O outro 50% corresponderá á realización dun exame da parte teórica. Para que se teña en conta a nota de avaliación continua é necesario alcanzar unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no exame.

En caso de non superar a avaliación continua (incluído o 80% de asistencia), o alumno terá que facer un exame final que se corresponderá co 100% da nota.

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

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

Bibliografía. Fontes de información

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

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

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

Mourelle, L.; Meijide, R.; Freire, A.; Maraver, F.; Carretero, 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

Recomendacións

Outros comentarios

Tanto a asistencia ás clases como aos posibles seminarios ou visitas a establecementos considéranse de carácter obrigatorio. Así como a realización dos casos prácticos de traballos colectivos e/ou individuais.

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

Valorarase positivamente a participación activa na clase, tanto achegas propias, como preguntas aos relatores e será de carácter obrigatorio a posta en común na clase dos traballos realizados.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo de Naturaleza y Ecoturismo**

Materia	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	Cuadrimestre
	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 xeral (*)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 acercarse tanto a una perspectiva general como a una lectura pormenorizada de Galicia como ámbito territorial con enorme potencial en el campo objeto de estudio y que será con probabilidad el espacio de referencia para el desempeño profesional de los/de las postgraduados/las, tanto si éste se desarrolla en empresas del sector privado como si tiene lugar dentro de las administraciones públicas. La materia tiene carácter obligatorio y se sitúa en el módulo específico de Turismo de Interior y de Salud, propio del Máster de Turismo en la Universidad de Vigo. De este modo, Turismo de la Naturaleza y Ecoturismo es plenamente pertinente en el seno de la especialización por la que apostó el campus ourensano. En paralelo, Turismo Interior y Rural y Turismo Termal y de Salud completan la formación específica. Sea como fuere, el foco de atención de esta materia es distintivo en la medida en que se ponen el énfasis en todas aquellas actividades turísticas que sitúan la naturaleza, entendida en un sentido amplio, en su centro, mientras que las otras dos materias de especialidad se centran en el rural y en el termal, respectivamente

Competencias de titulación

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 de 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 Transversais

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. Márketing 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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodoloxías

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

Atención personalizada

	Descrición
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

	Descrición	Cualificación
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 traballos 10 exame

Outros comentarios e 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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Prácticas Externas**

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

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

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Informes/memorias de prácticas	0	10	10

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

Metodoloxía docente

Descrición

Atención personalizada

Descrición

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

Descrición

Cualificación

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.

Outros comentarios e segunda convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Traballo Fin de Máster**

Materia	Traballo Fin de Máster			
Código	004M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	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				
Descrición xeral				

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 Transversais
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 na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos e proxectos	0	150	150

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

Metodoloxía docente

Descrición

Atención personalizada

Descrición

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, supervisarlos 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	Cualificación
Traballos e proxectos	Presentación documental del Trabajo Fin de Master.	100
	Presentación oral y defensa ante un Tribunal de evaluación.	

Outros comentarios e segunda convocatoria

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Outros 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.
