



Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

Presentación

La Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense está localizada en el Edificio Jurídico Empresarial del Campus Universitario en pleno centro de la ciudad.

La oferta educativa para el próximo curso 2022-2023 en el Centro es:

Títulos de Grado:

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

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

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

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

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

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

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPO DECANAL

Decana

María Montserrat Cruz González

Teléfono: 988 368 800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

Secretaría

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

Vicedecano de Ordenación Académica

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

Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática

Javier Sánchez Sellero
Teléfono: 988 368 742
e-mail: javiss@uvigo.es

Vicedecano de Calidad

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

Vicedecana de Relaciones Internacionales

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

Localización

Edificio Jurídico-Empresarial
Campus Universitario Las Lagunas
32004 Ourense

Conserjería: + 34 988 368 700

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

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

Relaciones Internacionales: edeprada@uvigo.es

Información general: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Página web: www.fcetou.uvigo.es

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

Asignaturas**Curso 1**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
004M097V01101	Gestión de las Organizaciones Turísticas	1c	6
004M097V01102	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos	1c	6
004M097V01103	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible	1c	6

O04M097V01104	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo	1c	6
O04M097V01105	Turismo Interior y Rural	1c	6
O04M097V01201	Turismo Termal y de Salud	2c	9
O04M097V01202	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo	2c	6
O04M097V01203	Prácticas Externas	2c	9
O04M097V01204	Trabajo de Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	O04M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Carácter OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de Diéguez Castrillón, María Isabel Ferro Soto, Carlos Antonio Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene por objetivo la aproximación a la gestión empresarial turística desde una triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

Competencias

Código	
CB1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.

CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Analizar las oportunidades y amenazas que plantea el entorno externo para la toma de decisiones de un sector específico	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE2 CE3 CE4 CE5 CE7 CE10 CE12 CE14 CE18 CE20

Contenidos

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

Planificación

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

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

Metodologías

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

Resolución de problemas de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Trabajo tutelado	Actividad consistente en el análisis de casos reales concretos sobre los contenidos de la asignatura
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Consistirá en la resolución de dudas y cuestiones de la materia aplicables a las actividades realizadas

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas		
Resolución de problemas de forma autónoma	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias.	40	CB1	CG1	CE2
	Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes.		CB2	CG3	CE3
	Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título.		CB3	CG4	CE4
			CB4	CG5	CE5
			CB5	CG6	CE7
			CG7	CE10	
			CG8	CE12	
			CG9	CE14	
			CG10	CE18	
			CG11	CE20	
			CG12		
			CG13		
			Trabajo tutelado	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias	40
Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes	CB2	CG4	CE4		
Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	CB3	CG5	CE5		
	CB4	CG7			
	CB5	CG8			
	CG10				
Examen de preguntas objetivas	Prueba de seguimiento para valoración por el profesorado de la adquisición de competencias. Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	20	CB1	CG5	CE5
			CB2	CG6	
			CB3	CG8	
			CB4		
			CB5		

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

OBSERVACIONES:

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

Bibliografía Complementaria

DATOS IDENTIFICATIVOS**Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos**

Asignatura	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos			
Código	004M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio de la Ballina Ballina, Francisco Javier Pelegrín Borondo, Jorge Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se partirá de conceptos de marketing turístico para centrarse en el diseño, creación y desarrollo de productos turísticos (bloque I) y posteriormente, utilizar las herramientas del mix promocional para su comercialización (bloque II)			

Competencias

Código	
CB1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.

CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
CE11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
CE21	Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Ser capaz de revisar fuentes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializarlo y promocionarlo.	CB1
	CB2
	CB3
	CB5
	CE14
	CE16
	CE20
Capacidad para entender y desarrollar el marketing mix de la empresa, a partir de los objetivos generales de la misma y de los específicos del departamento de marketing	CE21
	CB1
	CB2
	CB3
	CB5
	CG1
	CG2
	CG3
	CG4
	CG5
	CG6
	CG7
	CG9
	CE2
	CE3
	CE5
	CE6
	CE7
	CE8
	CE10
	CE11
CE12	
CE13	
CE16	
CE18	
CE20	
CE21	

Capacidad para la aplicación y puesta en funcionamiento de estrategias comerciales dentro de un plan comercial relacionadas con las políticas de producto, precio, distribución y promoción, que se correspondan con las competencias adquiridas.

CB1
CB2
CB3
CB4
CB5
CG1
CG2
CG3
CG4
CG5
CG6
CG7
CG9
CG13
CE2
CE3
CE4
CE5
CE6
CE7
CE8
CE10
CE11
CE12
CE13
CE14
CE16
CE18
CE20
CE21

Ser capaz de diseñar, crear y desarrollar productos turísticos en función de las necesidades del mercado

CB1
CB2
CB3
CB4
CB5
CG1
CG2
CG3
CG6
CG7
CG9
CG10
CG12
CE3
CE4
CE8
CE11
CE13
CE14
CE16
CE20
CE21

Capacidad para definir un plan de comunicación integral que contribuya a poner en valor los paquetes creados, ayudando a la organización turística a posicionarse y diferenciarse de sus competidores	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE3 CE4 CE5 CE11 CE14 CE20 CE21
---	--

Contenidos

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

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas		
Resolución de problemas	Se realizarán 2 casos	80	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5	CG6 CG9 CG11	CE8 CE10 CE11 CE13 CE16 CE20 CE21
Examen de preguntas objetivas	En la fecha del examen	20	CB1	CG6 CG9	CE8 CE10 CE16 CE20 CE21

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

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

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

Competencias

Código

- CG1 Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
- CG2 Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
- CG4 Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- CG5 Hipotetizar las nuevas situaciones.
- CG6 Aconsejar estrategias y resolver problemas.
- CG8 Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- CG9 Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
- CG10 Negociar: llegar a acuerdos.
- CG11 Organizar y liderar equipos.
- CG12 Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
- CG13 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.
- CE1 Aplicar instrumentos de planificación.
- CE2 Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- CE3 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- CE4 Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
- CE5 Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
- CE7 Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- CE9 Describir las políticas públicas que afectan al destino.
- CE11 Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- CE13 Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
- CE14 Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.
- CE17 Explicar el destino turístico como sistema.
- CE20 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

2 Distinguir e identificar la historia de la planificación de los destinos turísticos en España en general y en Galicia en particular, teniendo en consideración un enfoque multiescalar (del campo local al conjunto del territorio español, pasando por el papel determinante de las comunidades autónomas).	CG1 CG2 CE4 CE9 CE11 CE17 CE22 CE22 CT1
3 Identificar y enumerar elementos que acerca la sustentabilidad al turismo.	CG14 CG2 CG14 CG5 CG14 CG14 CG14 CG14 CG14 CE3 CE22 CE22 CE14 CE22 CT1 CT1
4 Enumerar los impactos ambientales del turismo.	CG14 CG5 CG14 CG14 CG10 CG14 CE22 CE14 CE17 CT1 CT1
5 Analizar el enfoque estratégico en la planificación, tanto en la perspectiva de los destinos como de las empresas. En el *tocante a las estrategias empresariales, acercar contenidos relativos la estrategias corporativas y la ventajas y estrategias competitivas.	CG14 CG1 CG14 CG5 CG6 CG11 CG12 CE1 CE2 CE22 CE17 CT1
6 Determinar que añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	CG14 CG2 CG4 CG14 CG14 CG14 CG9 CG14 CG14 CG12 CG13 CG14 CE2 CE5 CE7 CE22 CE22 CE11 CE22 CT1 CT1

7 Identificar cuáles son las estrategias principales de internacionalización de las empresas turísticas y su impacto en la sostenibilidad de los destinos turísticos de distintos países.	CG4 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE2 CE5 CE7 CE11 CE14 CE20
8 Identificar los mecanismos de certificación ambiental turística de empresas y de destinos.	CG14 CG8 CG14 CG14 CG12 CG14 CE22 CE22 CE3 CE22 CE13 CT1

Contenidos

Tema

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

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

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

Evaluación

Descripción		Calificación	Competencias Evaluadas		
Examen de preguntas objetivas	Será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello. Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10	CG1	CE1	
			CG2	CE4	
			CG5	CE5	
			CG6	CE7	
			CG10	CE9	
			CE11		
			CE13		
			CE14		
			CE17		
			CE20		
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma moovi (en la carpeta correspondiente). Para superar la materia será necesario entregar los tres ejercicios con una nota mínima de 4 para que hagan media. La nota final (pruebas y examen) debe ser superior o igual a 5.	90	CG1	CE1	
			CG2	CE2	
			CG4	CE3	
			CG5	CE4	
			CG6	CE5	
			CG10	CE7	
				CE9	
				CE11	
				CE13	
				CE14	
	CE17				
			CE20		

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

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

Asignatura	Métodos para el Análisis del Turismo en Influencia de las Nuevas Tecnologías en Hábitos de Consumo			
Código	O04M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Guevara Plaza, Antonio Ramos Valcárcel, David			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general	Esta materia se centra en la investigación de mercados turísticos por muestreo estadístico y el diseño de la encuesta. Creación de base de datos. Análisis de datos mediante técnicas estadísticas univariadas, bivariadas y multivariadas. Elaboración de informes de resultados. Análisis del consumidor de turismo. Papel de las nuevas tecnologías en el estudio y los hábitos de consumo del potencial turista (compra de billetes por internet, búsqueda de información y comentarios en blogs, webs, redes..., preparación de viajes, reservas de hoteles online...).			

Competencias

Código	
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG2	Predicir los potenciales turísticos de un territorio.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
CE19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

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.	CG1 CG7 CG8 CG10 CG11 CG12 CG13
Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico.	CG12 CE19
Conocer y elegir de un modo adecuado entre los diferentes métodos de captación de información para un estudio de carácter turístico.	CG1 CG6 CG7 CG8 CG12 CE19
Ser capaz de establecer herramientas de recogida de datos y saber tratar esos datos.	CG6 CG12 CE18 CE19
Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales.	CG1 CG2 CG6 CG9 CG10 CG12 CE18 CE19
Conocer cuáles son las nuevas tecnologías que se están utilizando en el sector turístico.	CG2 CG3 CG9 CG12
Conocer cuáles son las pautas de consumo de los consumidores turísticos, así como las nuevas tendencias, gustos y hábitos.	CG2 CG3 CG4 CG5 CG12 CG13 CE18

Contenidos

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

MÓDULO IV. TÉCNICAS DE MUESTREO

IV.1 Introducción a la teoría del muestreo en poblaciones finitas: conceptos básicos.

IV.2 Muestreo aleatorio simple: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y

determinación del tamaño muestral. Selección de una muestra por m.a.s.

IV.3 Muestreo sistemático: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra.

IV.4 Muestreo estratificado: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales, tipos de afixación y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra.

IV.5 Muestreo por conglomerados: descripción, estimadores de los parámetros poblacionales y determinación del tamaño muestral. Comparación con m.a.s. Selección de una muestra.

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Resolución de problemas de forma autónoma	La evaluación comprenderá la realización de ejercicios y casos prácticos de cada uno de los bloques de la materia (90% de la nota). Para superar la materia es necesario entregar los supuestos de todos los bloques así como realizar el examen, siendo necesaria una nota mínima de 4 en cada una de las partes y una media igual o superior a 5. La entrega de las actividades se hará a través de la plataforma moovi.	90	CG1 CE18 CG2 CE19 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13

Examen de preguntas objetivas	Realización de un examen de control el día fijado como tal en el calendario de exámenes (10% de la nota)	10	CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13	CE18 CE19
-------------------------------	--	----	---	--------------

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

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

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Interior y Rural**

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	O04M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Carácter OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio del Valle Tuero, Eduardo Antonio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Rubio Arostegui, Juan Arturo Tarrés Falcó, Edgar			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general	En esta asignatura se analizan los espacios turísticos de interior, así como todas las iniciativas de gestión turística para esta tipología de destinos. Dentro del turismo de interior también se abordará el turismo cultural, turismo rural y turismo urbano, entre otros.			

Competencias

Código	
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.
CE11	Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,[]).
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
CE17	Explicar el destino turístico como sistema.
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
CE21	Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Sintetizar los elementos y factores de la actividad turística en destinos de interior	CG1 CG2 CG3 CG6 CG9 CG12 CG13 CE7 CE9 CE10 CE11 CE17 CE18 CE20
Identificar la oferta y la demanda turística en destinos de interior	CG1 CG2 CG5 CE8 CE11
Identificar las principales empresas y actividades turísticas en destinos de interior	CG2 CG3 CG4 CG6 CE7 CE12 CE17 CE20 CE21
Evaluar e interpretar el significado de las relaciones espaciales como factores que influyen en la actividad turística	CE13 CE15 CE17 CE18 CE20
Planificar recorridos turísticos en contextos urbanos y rurales	CG2 CG4 CG6 CG7 CG9 CG10 CG11 CG13 CE8 CE16
Encontrar y aplicar metodologías adecuadas para valorizar los potenciales turísticos en los espacios urbanos y rurales	CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG8 CG9 CE8 CE11

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	20	18	38
Talleres	5	0	5
Estudio de casos	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18

Resolución de problemas de forma autónoma	0	78	78
Examen de preguntas objetivas	1	5	6

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

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

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

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas	
Foros de discusión	Actividad consistente en realizar contribuciones a debates en foros sobre temas relacionados con los contenidos de la asignatura. Cada participante del curso deberá contribuir como mínimo con una participación en cada foro que se cree. Se valorará la calidad, rigor y relevancia de los comentarios, así como el uso de fuentes de información adecuadas y rigurosas para fundamentar las propuestas.	5	CG1 CG2 CG5 CG6 CG10 CG11 CG13	CE11 CE15 CE17 CE18 CE20 CE21
Resolución de problemas de forma autónoma	4 trabajos o ejercicios prácticos, que versarán sobre cada uno de los temas de la asignatura. En cada trabajo se valorará: - Precisión y claridad en la exposición de las ideas principales. - Orden y coherencia de argumentos. - Capacidad analítica, de relación, y sentido crítico - Corrección formal. - Correcto uso de las fuentes y referencias bibliográficas.	75	CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG12 CG13	CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE12 CE13 CE15 CE16 CE17 CE20
Examen de preguntas objetivas	Prueba de seguimiento para la evaluación de la adquisición de las competencias y conocimientos de la asignatura.	20	CG1 CG3 CG6 CG7 CG8	CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE15 CE17 CE20

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

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

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

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

Nota IMPORTANTE:

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

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

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo Termal y de Salud**

Asignatura	Turismo Termal y de Salud			
Código	004M097V01201			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS 9	Carácter OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Barreto Simões Ramos, Adriano Augusto Braña Cobas, Ramón Luis Cerdeira Lois, José Juan González Diéguez, Emma Losada Sánchez, María Nieves Melgosa Arcos, Francisco Javier Pérez Fernández, María Reyes Suárez Troitiño, Fernando			
Correo-e	alen@uvigo.es			

Web

Descripción general	<p>La asignatura Turismo Termal y de Salud es una asignatura fundamental dentro de la titulación ya que aporta una parte muy importante de los conocimientos en materia termal que el alumno deberá poseer al finalizar los estudios y obtener el título.</p> <p>Esta asignatura servirá como elemento fundamental de la especialización, ya que introducirá al estudiante las particularidades del sector.</p> <p>La metodología será teórico-práctica. En las clases teóricas se desarrollarán los conceptos necesarios para comprender y analizar el temario de la asignatura. En las clases prácticas se plantearán ejemplos, escenarios y casos para aplicar lo expuesto en las clases teóricas a situaciones concretas y reales.</p> <p>Tras realizar el curso los estudiantes serán capaces de definir el turismo termal, el perfil de quienes lo practican, analizar el termalismo en función de los diferentes tipos de clasificación de las aguas y disponer de una amplia visión de los principales centros termales en Galicia y España, entre otras.</p>
---------------------	---

Competencias**Código****Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
---------------------------	--------------

Contenidos**Tema**

- Concepto y estrategias de Turismo Termal.	<ul style="list-style-type: none"> o Introducción al termalismo. o Turismo de salud y termal. o Sector termal. o Estructura del sector termal. o Futuro del sector. o Pasado, presente y futuro del termalismo. o Perfil del termalista.
- Comercialización del Turismo de Salud	o Adaptación de los conocimientos generales del marketing y comercialización a la realidad de los diferentes productos turísticos, con especial hincapié en el turismo de salud.
- El establecimiento termal	<ul style="list-style-type: none"> o Centros termales. o Clasificación de los centros termales. o Apertura de un centro termal. o Concepto de Balneario.
- Aspectos Sanitarios del termalismo	<ul style="list-style-type: none"> o Aspectos de salud relacionados con el termalismo o Diferentes tipos de aguas mineromedicinales o Técnicas hidrotermales o Indicaciones para la salud de los tratamientos balneoterápicos

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

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

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

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

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

Las calificaciones de todas las pruebas, parciales o finales, prácticas y actividades solo tendrán efecto en el curso académico en el que se proponen. La plataforma del aula virtual tiene herramientas para detectar posibles comportamientos abusivos y deshonestos, así como para detectar posibles plagios en trabajos escritos. En el caso de detección de plagio en alguna prueba / trabajo / test / examen / actividad la calificación final de la asignatura será Suspenso (0) y el hecho se comunicará al Decanato del Centro para que adopte las medidas oportunas.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

Tanto la asistencia a las clases como a los posibles seminarios o visitas a establecimientos se consideran de carácter obligatorio. Así como la realización de los casos prácticos de trabajos colectivos y/o individuales.

Se contempla también algunas lecturas complementarias para aumentar el conocimiento sobre la materia fuera del aula.

Se valorará positivamente la participación activa en la clase, tanto aportaciones propias, como preguntas a los ponentes y será de carácter obligatorio la puesta en común en la clase de los trabajos realizados.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Turismo de Naturaleza y Ecoturismo**

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

Competencias

Código	
CB1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Juzgar de modo crítico conceptos clave, de materias como naturaleza, espacio natural, espacio protegido, ecoturismo, etc.	CB3 CB4 CB5 CG12
Discutir los tipos de turismo en la naturaleza que la bibliografía habitualmente distingue, el ecoturismo, destacando sus especificidades	CB1 CB5 CG12
Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo en la naturaleza y aprender a caracterizarlas desde la perspectiva de la mercadotecnia teniendo en cuenta cuestiones como los precios	CB5 CG12 CE15

Diseñar productos de turismo en la naturaleza específicamente de ecoturismo	CB2 CB4 CB5 CG8 CG12
Identificar los impactos que el turismo tiene en los espacios naturales y en el patrimonio natural y, a partir de esta deducción, proponer técnicas y métodos para gestionarlos.	CB2 CG8 CG12 CE13 CE15
Comprender los procedimientos de planificación turística de los espacios protegidos, tanto normativos (de ordenación física o zonificación) como de gestión (con la cuestión de uso público como tema central)	CB1 CB5 CE1
Identificar técnicas y métodos para la gestión adecuada del turismo en espacios protegidos, a partir de casos prácticos, discutiendo la pertinencia de la eventual participación del sector privado en esa gestión.	CB1 CB2 CB4 CB5 CG8 CG11 CG12 CE3 CE13 CE15
Conseguir capacidades para trabajar en el medio natural y en los espacios naturales protegidos como profesionales o técnicos/as en turismo, sobre todo en un marco colaborativo con otros/otras profesionales y en el seno de organizaciones u organismos especializados	CB2 CB3 CB4 CB5 CG11 CG12 CG13 CE1 CE13 CE15

Contenidos

Tema

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminario	25	5	30
Trabajo tutelado	5	5	10
Estudio de casos	3	5	8

Examen de preguntas de desarrollo	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	101	101

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

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

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

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas	
Examen de preguntas de desarrollo	Será necesario realizar un examen de control en la fecha fijada para ello en el mes de marzo (de carácter obligatorio). Para superar la materia es de carácter obligatorio entregar los 3 bloques de actividades, así como realizar el examen, obteniendo un mínimo de 4 en cada una de las partes y una nota media igual o superior a 5.	10	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5	CG8 CE1 CE3 CE13 CE15
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno deberá entregar tres bloques de actividades a lo largo del cuatrimestre a través de la plataforma MOOVI (en la carpeta correspondiente).	90	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5	CG8 CE1 CG11 CE3 CG12 CE13 CG13 CE15

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Prácticas Externas**

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

Competencias

Código	
CB1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG2	Predcir los potenciales turísticos de un territorio.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.

- CE10 Citar las técnicas de dirección empresarial.
- CE11 Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- CE12 Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal, etc.).
- CE13 Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.
- CE15 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- CE16 Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.
- CE17 Explicar el destino turístico como sistema.
- CE18 Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.
- CE19 Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.
- CE20 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- CE21 Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	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.	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE1 CE2 CE3 CE4 CE5 CE6 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE12 CE13 CE15 CE16 CE17 CE18 CE19 CE20 CE21

Contenidos

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

Planificación

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

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

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

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

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Competencias	Evaluadas	
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	El alumno realizará un informe en el que explicará las tareas y funciones llevadas a cabo durante las prácticas. La empresa cubrirá un impreso de valoración del alumno.	100	CB1	CG1	CE1
			CB2	CG2	CE2
			CB3	CG3	CE3
			CB4	CG4	CE4
			CB5	CG5	CE5
				CG6	CE6
				CG7	CE7
				CG8	CE8
				CG9	CE9
				CG10	CE10
				CG11	CE11
				CG12	CE12
				CG13	CE13
					CE15
		CE16			
		CE17			
		CE18			
		CE19			
		CE20			
		CE21			

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo de Fin de Máster**

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

Competencias

Código	
CB1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.
CG11	Organizar y liderar equipos.
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
CG13	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.
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.

CE11 Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.

CE15 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.

CE16 Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.

CE18 Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.

CE19 Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.

CE21 Construir la imagen de la organización.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
-Integrar los conocimientos asimilados sobre las diversas disciplinas impartidas durante todo el master universitario en un único trabajo.	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG13 CE1 CE2 CE3 CE4 CE5 CE6 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE15 CE16 CE18 CE19 CE21

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

CB1
 CB2
 CB3
 CB4
 CB5
 CG1
 CG2
 CG3
 CG4
 CG5
 CG6
 CG7
 CG8
 CG9
 CG10
 CG11
 CG13
 CE1
 CE2
 CE3
 CE4
 CE5
 CE6
 CE7
 CE8
 CE9
 CE10
 CE11
 CE15
 CE16
 CE18
 CE19
 CE21

-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.

CB1
 CB2
 CB3
 CB4
 CB5
 CG1
 CG2
 CG3
 CG4
 CG5
 CG6
 CG7
 CG8
 CG9
 CG10
 CG11
 CG12
 CG13
 CE1
 CE2
 CE3
 CE4
 CE5
 CE6
 CE7
 CE8
 CE9
 CE10
 CE11
 CE15
 CE16
 CE18
 CE19
 CE21

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

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

Evaluación

Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Trabajo Realización de un TFM tutorizado a lo largo del 2º cuatrimestre; y exposición oral y defensa	100	CB1 CG1 CE1 CB2 CG2 CE2 CB3 CG3 CE3 CB4 CG4 CE4 CB5 CG5 CE5 CG6 CE6 CG7 CE7 CG8 CE8 CG9 CE9 CG10 CE10 CG11 CE11 CG13 CE15 CE16 CE18 CE19 CE21

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Fuentes de información**Bibliografía Básica**

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

Bibliografía Complementaria**Recomendaciones**