



(*)Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo

Presentation

The Business Administration and Tourism School of Ourense is located in the Business & Lawl Building of the University Campus in the heart of of the city.

The educational offer for the next course 2023-2024 is:

Titles of Degree:

- **Degree in Business Administration**
- **Degree in Tourism**
- **Double Degree Program "Business Administration + Computing Engineering"**
- **Double Degree Program "Business Administration + Law"**
- **Double Degree Program "Tourism + History"**
- **International Double Degree in Business Administration (Germany & Spain)**
- **Bachelor of arts in Cruise Tourism Management**

Since the academic year 2015-2016, thanks to a Inter-Institutional cooperation agreement with Hochschule Bremerhaven, the Business Administration and Tourism School offers a **International Double Degree Programme** in Business Administration & Management at the **University of Vigo** and Bachelor of Arts in Business Administration at **Hochschule - Bremerhaven**. And for a third year, the **Business Administration International Program** is offered with more than 60 credits taught in English. Since 2016-17 we offer the **Tourism International Program** with more than 39 credits taught in English.

With these agreements and programs the Business Administration and Tourism School is comitted to the internationalization of studies and the participation of students in mobility and exchanges programs, thus opening up a range of new horizons and future options.

Regarding POSTGRADUATE COURSES of the Business Administration and Tourism School:

- **Master Degree in Inland Tourism and Health Management and Planning**
- **MBA in Sport**

To obtain more information visits our page web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

Come and visit us!

Organization chart

DECANAL TEAM

Dean

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

Secretary

Alberto Vaquero García

Telephone: 988368762
e-mail: secretario.facultade.eto@uvigo.es

Vicedean of Academic Planning

Francisco Tugores Martorell
Telephone: 988368770
e-mail: ftugores@uvigo.es

Vicedean of Undergraduate Studies and ICT

Javier Sánchez Sellero
Telephone: 988368742
e-mail: javiss@uvigo.es

Vicedean of Quality

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

Vicedean of International Relations

María Beatriz González Sánchez
Telephone: 988 368 712
e-mail: bgonzale@uvigo.es

Location

Jurídico-Empresarial Building
University Campus Las Lagunas
32004 Ourense

Caretaker's office: + 34 988 368 700.

Student enrollment office: +34 988 368 803; administracion.eto@uvigo.es

Deanship Secretary: +34 988 368 800; secretario.eto@uvigo.es

Foreign Relations: bgonzale@uvigo.es

General Information: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34988 368 923.

Page web: www.fcetou.uvigo.es

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

Subjects

Year 1st

Code	Name	Quadmester	Total Cr.
004M097V01101	Management of Tourism Organisations	1st	6
004M097V01102	Design, Marketing and Promotion of Tourism Products	1st	6
004M097V01103	Planning of Tourist Destinations and Sustainable Development	1st	6

O04M097V01104	Analysis Methods for Tourism and Influence of New Technologies in Consumption Habits	1st	6
O04M097V01105	Domestic and Rural Tourism	1st	6
O04M097V01201	Thermal and Health Tourism	2nd	9
O04M097V01202	Nature Tourism and Eco-tourism	2nd	6
O04M097V01203	Internships	2nd	9
O04M097V01204	Final Year Dissertation	2nd	6

IDENTIFYING DATA**Xestión das Organizacións Turísticas**

Subject	Xestión das Organizacións Turísticas			
Code	O04M097V01101			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Lecturers	Carlos Villamarín, Pablo de Diéguez Castrillón, María Isabel Ferro Soto, Carlos Antonio Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio			
E-mail	idieguez@uvigo.es			
Web				
General description	La materia tiene por objetivo a aproximación a la gestión empresarial turística desde una triple perspectiva: económica, de gestión de la calidad y de gestión de los recursos humanos			
	Proporciona una visión global de la gestión empresarial turística, proporcionando a los estudiantes competencias específicas y relacionadas con la titulación que permitan el desarrollo profesional en el campo de las organizaciones e institución del sector turístico			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

C7 Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.

C10 Citar as técnicas de dirección empresarial.

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

C14 Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.

C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.

C20 Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Analizar as oportunidades e ameazas que plantexa o entorno externo para a toma de decisións nun sector específico	A1
	A2
	A3
	A4
	A5
	B1
	B3
	B4
	B5
	B6
	B7
	B8
	B9
	B10
	B11
	B12
	B13
	C2
	C3
	C4
C5	
C7	
C10	
C12	
C14	
C18	
C20	

Contidos

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	20	30	50
Resolución de problemas de forma autónoma	2.5	20	22.5
Estudo de casos	5	39	44
Lección maxistral	10	0	10
Resolución de problemas de forma autónoma	2.5	20	22.5
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminario	Actividades enfocadas ao traballo sobre un tema específico, que permiten afondar ou complementar os contidos da materia. Se poden empregar como complemento das clases teóricas.

Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Estudo de casos	Actividade consistente na análise de casos reais concretos sobre os contidos da materia
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante
Resolución de problemas de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Resolución de problemas de forma autónoma	A atención consistirá na resolución de dúbidas e cuestións sobre o contido da materia aplicable ás actividades que se resolven de forma autónoma

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Resolución de problemas de forma autónoma	Resolución de problemas vinculados á xestión ec-financieira dunha organización	26.6	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C2 C3 C4 C5 C7 C10 C12 C14 C18 C20
Estudo de casos	Análise de información sobre unha situación simulada para valorar alternativas e tomar decisións en relación aos recursos humanos dunha organización	26.6	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B7 B8 B10 B11 B12 B13	C2 C4 C5
Resolución de problemas de forma autónoma	Resolución de problemas vinculados á xestión de calidade dunha organización	26.8			
Exame de preguntas obxectivas	Proba test dos contidos da materia	20	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B6 B8	C5

Other comments on the Evaluation

Convocatoria de Xaneiro:

Opción a) A avaliación arriba indicada correspóndese coa opción de avaliación continua, consiste na realización de tres actividades, unha de cada módulo da materia (xestión ec-fin, xestión de rrhh e xestión de calidade) e a realización dun exame na data do exame final. Será preciso superar todas as actividades e o exame, con nota superior a 5 sobre 10 para aprobar a materia.

Opción b) Os estudantes que non queiran seguir a avaliación continua, e optar pola avaliación global, han de solicitarlo á coordinadora da materia antes do 11 de outubro de 2023. Serán avaliados cun exame global na data oficial do calendario (exame teórico-práctico).

Convocatoria de Xullo:

Opción a) Avaliación continua: En caso de non superar a materia na primeira convocatoria (xaneiro) o estudante deberá de entregar de novo as actividades non entregadas ou non superadas na convocatoria de xaneiro. Igualmente deberá repetir a proba na data fixada en xullo en caso de non superar ou non presentarse ao exame de xaneiro.

Opción b) Evaluación non continua: En caso de renunciar no seu momento á avaliación continua, se poderá optar a un exame do 100% do contido da materia.

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

OBSERVACIÓNS:

Calquera evidencia de traballos plaxiados ou copiados supondrá calificación de suspenso nas dúas convocatorias

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos**

Subject	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos			
Code	O04M097V01102			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Araújo Vila, Noelia			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Babarro Alen, Lois Cerviño Fernández, Julio Formoso Mourellos, José Antonio Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
E-mail	naraujo@uvigo.es			
Web				
General description	Partirase de conceptos de marketing turístico para centrarse no deseño, creación e desenvolvemento de produtos turísticos (bloque I) e posteriormente, utilizar as ferramentas do mix promocional para a súa comercialización (bloque II)			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

- C6 Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
- C7 Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
- C8 Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
- C10 Citar as técnicas de dirección empresarial.
- C12 Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
- C14 Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
- C16 Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
- C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
- C20 Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
- C21 Construír a imaxe da organización.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Ser capaz de revisar fontes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializalo e promocionalo.	A1 A2 A3 A5 C14 C16 C20 C21
Capacidade para entender e desenvolver o marketing mix da empresa, a partir dos obxectivos xerais da mesma e dos específicos do departamento de marketing.	A1 A2 A3 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 C2 C3 C5 C6 C7 C8 C10 C12 C16 C18 C20 C21

Capacidade para a aplicación e posta en funcionamento de estratexias comerciais dentro dun plan comercial relacionadas coas políticas de produto, prezo, distribución e promoción, que se corresponda coas competencias adquiridas.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B9
B13
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8
C10
C12
C14
C16
C18
C20
C21

Ser capaz de deseñar, crear e desenvolver produtos turísticos en función das necesidades do mercado.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B6
B7
B9
B10
B12
C3
C4
C8
C14
C16
C20
C21

Capacidade para definir un plan de comunicación integral que contribúa a por en valor os paquetes creados, axudando á organización turística a posicionarse e diferenciarse dos seus competidores.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B9
B10
B11
B12
B13
C3
C4
C5
C14
C20
C21

Contidos

Topic	
1.- Marketing estratéxico e táctico.	1.1.- Introducción ao marketing e plan de marketing. 1.2.- Segmentación e posicionamiento.
2.- Deseño e comercialización de produtos turísticos.	1.3.- Marketing-mix. 2.1.- O produto turístico.
3.- Promoción de produtos turísticos.	2.2.- O entorno actual e as novas tendencias na creación de produtos. 2.3.- Xestión da oferta. Creación de Paquetes Turísticos. 3.1.- Proceso de comunicación, fixación de obxectivos e orzamento promocional. 3.2.- Ferramentas do plan de comunicación integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de produtos e imaxe de destinos turísticos.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas	0	101	101
Traballo tutelado	5	0	5
Estudo de casos	4	0	4
Seminario	25	13	38
Exame de preguntas obxectivas	1	1	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Resolución de problemas	Realización de dous casos
Traballo tutelado	Traballar sobre os casos da avaliación continua
Estudo de casos	Analizaremos en profundidade dúas tipoloxías turísticas
Seminario	Asistencia a Ferias e seminarios presenciais

Atención personalizada

Methodologies	Description
Resolución de problemas	O alumnado poderá solicitar a atención de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico ou videochamada, ou vía chamada telefónica.

Avaliación

Description		Qualification	Training and Learning Results		
Resolución de problemas	Plantearanse dous casos. Cada un deles terá un peso na nota da materia do 40%.	80	A1 A2 A3 A4 A5	B6 B9 B11	C8 C10 C16 C20 C21
Exame de preguntas obxectivas	Na data do examen	20	A1	B6 B9	C8 C10 C16 C20 C21

Other comments on the Evaluation

Para aprobar a materia requírese un mínimo de 4 sobre 10 en cada unha das partes (exame e casos) e unha nota media igual ou superior a 5.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Master para o curso 23/24. No caso de conflito entre as datas los exámenes, prevalecerán as datas sinaladas na páxina web oficial do mestrado: www.masterturismoourense.es.

No caso de que o alumno non queira ser avaliado por avaliación continua, poderá renunciar a este método de avaliación e solicitar a avaliación única o día oficial do exame (publicada no calendario do master). Neste caso terá que realizar un exame teórico-práctico da materia. Para elo deberá solicitar esta modalidade de avaliación vía mail á coordinadora da materia (naraujo@uvigo.es) entre o 11 de setembro e o 11 de outubro de 2023.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

Recomendacións

Other comments

□As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario das probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso actual□

IDENTIFYING DATA**Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible**

Subject	Planificación de Destinos Turísticos e Desenvolvemento Sostible			
Code	O04M097V01103			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Paul Carril, Valeria Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego			
E-mail	drtoubes@uvigo.es			
Web				
General description	Desenvólvense os elementos esenciais para a planificación dun destino turístico con enfoque sostible e estratéxica.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C1	Aplicar instrumentos de planificación.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C9	Describir as políticas públicas que afectan ao destino.
C13	Gestionar o territorio turístico con criterios sostenibles.
C15	Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.
C17	Explicar o destino turístico como sistema.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
1. Distinguir conceptos da planificación	A1 A3
2. Distinguir e identificar a historia da planificación dos destinos turísticos en España en xeral e en Galicia en particular, tendo en consideración un enfoque multiescalar (do campo local ao conxunto do territorio español, pasando polo papel determinante das comunidades autónomas).	A3 A5 B1 B2 C4 C6 C9 C17
3 Identificar e enumerar elementos que achega a sustentabilidade ao turismo.	A2 A3 A4 B4 B7 B8 C3 C7 C13
4 Enumerar os impactos ambientais do turismo.	A2 A4 B5 B6 B7 C9 C17
5 Analizar o enfoque estratéxico na planificación, tanto na perspectiva dos destinos como das empresas. No tocante ás estratexias empresariais, achegar contidos relativos a estratexias corporativas e a vantaxes e estratexias competitivas.	A1 A2 B1 B5 B6 B11 B12 C1 C15 C17
6 Determinar que engade a análise de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	A1 A3 B1 B2 B4 B6 B12 B13 C1 C20
7 Identificar cales son as estratexias principais de internacionalización das empresas turísticas e o seu impacto na sustentabilidade dos destinos turísticos de distintos países.	A2 A5 B4 B7 B11 B12 C4 C9 C13
8 Identificar os mecanismos de certificación ambiental turística de empresas e de destinos.	A5 B2 B7 C3 C4 C9 C13

Contidos

Topic

I. A PLANIFICACIÓN EN TURISMO	1.1. Territorio e turismo. 1.2. Ordenación do territorio e turismo. 1.3. Conceptos clave en ordenación e planificación. 1.4. Modelos de planificación de destinos turísticos.
II. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN GALICIA E ESPAÑA	2.1. Planificación turística en España até a configuración do Estado autonómico 2.2. Ordenación do turismo na España autonómica 2.3. A ordenación do turismo en Galicia desde 1981. 2.4. A unión Europea na ordenación turística
III. O ENFOQUE ESTRATÉGICO EN PLANIFICACIÓN DE DESTINOS	3.1. Introducción e orixe da planificación estratéxica. 3.2. Definición e limitación. 3.3. Estrutura dos plans estratéxicos 3.4. Prognosis estratéxica.
IV. XESTIÓN SUSTENTABLE DE EMPRESAS E ORGANIZACIÓNS TURÍSTICAS	4.1. Análise estratéxica e de competitividade. Clústers de empresas e destinos turísticos 4.2. Vantaxes e estratexias competitivas das empresas turísticas. 4.3. Estratexias corporativas das empresas turísticas. 4.4. Estratexias de innovación e desempeño innovador no sector hostaleiro. 4.5. Certificación ambiental de empresas e destinos turísticos.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	30	0	30
Traballo tutelado	8	0	8
Estudo de casos	5	0	5
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	101	106

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

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

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Estudo de casos	Na propia aula e a través de titorías individuais e colectivas.
Seminario	Na propia aula en grupo.

Avaliación		Qualification	Training and Learning Results
	Description		
Exame de preguntas obxectivas	Proba que avalía o coñecemento do alumnado. Inclúen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadero/falso, elección múltiple, emparellamento de elementos...). Os estudantes seleccionan unha resposta entre un número limitado de posibilidades.	10	B1 C1 B2 C4 B6 C7 B7 C9 C13 C17 C20
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumno/a debe analizar os casos e as actividades propostas coa finalidade de interpretar, contrastar datos, reflexionar, diagnosticar, xerar hipóteses e propor solucións baseadas en evidencias. Deberá entregar catro bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma Moovi. Cada unha das entregas cualifica un 22,5%.	90	B1 C1 B2 C3 B4 C4 B5 C7 B6 C9 C13 C17 C20

Other comments on the Evaluation

AVALIACIÓN CONTINUA

O alumnado deberá entregar en prazo catro bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma Moovi (no cartafol correspondente). Metodoloxía: Resolución de problemas e/o exercicios. Cualificación: cada un dos bloques de actividades supón un 22,5% da nota (en total os catro bloques de actividades alcanzan o 90%). Para superar a materia será necesario entregar os catro bloques de actividades cunha nota mínima de 4 para que fagan media coas outras entregas e probas.

Ademais, o alumnado de avaliación continua terá que realizar un exame de control na data fixada para iso no calendario oficial de exames do Master. Metodoloxía: Exame de preguntas obxectivas. Cualificación: 10% da nota total. Mínimo esixido: 4 para que faga media coas outras probas.

Para superar a materia é de carácter obrigatorio entregar os 4 bloques de actividades, así como realizar o exame, obtendo un mínimo de 4 en cada unha das partes e unha nota media igual ou superior a 5.

AVALIACIÓN GLOBAL

Para o alumnado que opte pola avaliación global, a materia avaliarase cun exame teórico-práctico que supoñerá o 100% da nota da materia.

A parte teórica consistirá nun exame de cuestións obxectivas (50% da cualificación total) e a parte práctica en resolución e cuestións prácticas (50% da cualificación total). Para aprobar a materia, o alumno deberá obter polo menos un 4,0 (sobre 10) en cada parte avaliada e polo menos un 5 (sobre 10) na nota global.

AVALIACIÓN 2ª EDICIÓN DE ACTAS

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

Ao alumnado de avaliación global aplicaráselle o mesmo sistema de avaliación que se aplicou na 1ª edición de actas.

AVISOS SOBRE A AVALIACIÓN

O alumnado matriculado manifestará formalmente (mediante correo electrónico ou través de Moovi) a súa intención de acollerse ao sistema de avaliación continua. En todo caso, aínda que non exista manifestación formal, considerarase que o alumno/para opta polo sistema de avaliación continua coa entrega do primeiro bloque de actividades. O prazo para cambiar ao sistema de avaliación global será ata o 11 de outubro.

A avaliación será a mesma para as 3 modalidades (presencial, semipresencial, non presencial).

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

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

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

Recomendacións

Other comments

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario das probas de avaliación aprobada pola Comisión académica del Máster (CAM) para el curso actual.

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

Subject	Métodos para a Análise do Turismo e Influencia das Novas Tecnoloxías en Hábitos de Consumo			
Code	O04M097V01104			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Cotos Yáñez, Tomas Raimundo Fraiz Brea, José Antonio Pelegrín Borondo, Jorge Ramos Valcárcel, David			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
General description	Esta materia céntrase na investigación de mercados turísticos por mostraxe estatística e o deseño da enquisa. Creación de base de datos. Análise de datos mediante técnicas estatísticas univariábeis, bivariábeis e multivariábeis. Elaboración de informes de resultados. Análise do consumidor de turismo. Papel das novas tecnoloxías no estudo e os hábitos de consumo do potencial turista (compra de billetes por internet, procura de información e comentarios en blogs, webs, redes..., preparación de viaxes, reservas de hoteis online...).			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Comprender a importancia da información de carácter comercial para a toma de decisións no ámbito tanto da xestión de empresas turísticas como de destinos turísticos.	B1 B7 B8 B10 B11 B12 B13

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

Contidos

Topic

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

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	30	0	30
Traballo tutelado	8	0	8
Estudo de casos	5	0	5
Resolución de problemas de forma autónoma	5	101	106
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Resolución de problemas de forma autónoma	A avaliación comprenderá a realización de exercicios e casos prácticos de cada un dos bloques da materia (o peso da nota de cada bloque é do 22,5%). Para superar a materia é necesario entregar os supostos de todos os bloques así como realizar o exame, sendo necesaria unha nota mínima de 4 en cada unha das partes e unha media igual ou superior a 5. A entrega das actividades farase a través da plataforma moovi.	90	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C18 C19

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

Other comments on the Evaluation

AVALIACIÓN CONTINUA (AC)

O alumnado deberá entregar en prazo catro bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma Moovi (no cartafol correspondente). Metodoloxía: Resolución de problemas e/o exercicios. Cualificación: cada un dos bloques de actividades supón un 22,5% da nota (en total os catro bloques de actividades alcanzan o 90%). Para superar a materia será necesario entregar os catro bloques de actividades cunha nota mínima de 4 para que fagan media coas outras entregas e probas.

Ademais, o alumnado de avaliación continua terá que realizar un exame de control na data fixada para iso no calendario oficial de exames do Master. Metodoloxía: Exame de preguntas obxectivas. Cualificación: 10% da nota total. Mínimo esixido: 4 para que faga media coas outras probas.

Para superar a materia é de carácter obrigatorio entregar os 4 bloques de actividades, así como realizar o exame, obtendo un mínimo de 4 en cada unha das partes e unha nota media igual ou superior a 5.

AVALIACIÓN GLOBAL (AG)

Para o alumnado que opte pola avaliación global, a materia avaliarase cun exame teórico-práctico que supoñerá o 100% da nota da materia.

A parte teórica consistirá nun exame de cuestións obxectivas (20% da cualificación total) e a parte práctica en resolución e cuestións prácticas (80% da cualificación total). Para aprobar a materia, o alumno deberá obter polo menos un 4,0 (sobre 10) en cada parte avaliada e polo menos un 5 (sobre 10) na nota global.

AVALIACIÓN 2ª OPORTUNIDADE

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

Ao alumnado de avaliación global aplicaráselle o mesmo sistema de avaliación que se aplicou na 1ª OPORTUNIDADE.

AVISOS SOBRE A AVALIACIÓN

O alumnado matriculado manifestará formalmente (mediante correo electrónico ou través de Moovi) a súa intención de acollerse ao sistema de avaliación continua. En todo caso, aínda que non exista manifestación formal, considerarase que o alumno/a opta polo sistema de avaliación continua coa entrega do primeiro bloque de actividades. O prazo para cambiar ao sistema de avaliación global será o fixado pola Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo.

A avaliación será a mesma para as 3 modalidades (presencial, semipresencial, non presencial).

As cualificacións de tódalas probas, parciais ou finais, prácticas e actividades só terán efecto no curso académico en que se propoñen.

Consulta e/ou solicitude de titorías: As docentes teñen oferta de titorías presenciais ou virtuais en horario concertado. Para concertar unha cita pódese facer desde a Secretaría Virtual en liña.

Outros: A plataforma de aula virtual conta con ferramentas para detectar posibles comportamentos anómalos e deshonestos, así como para detectar posibles praxios en traballos escritos. No caso de detección de plaxio nalgunha proba/traballo/test/exame/actividade a cualificación final da materia será Suspenso (0) e o feito será comunicado ao

Decanato do Centro para que adopte as medidas oportunas en cumprimento do artigo 13.2.d) do Estatuto do Estudante Universitario que establece o deber de "Absterse da utilización ou cooperación en procedementos fraudulentos nas probas de avaliación, nos traballos que se realicen ou en documentos oficiais da universidade".

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

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

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

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

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

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

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

Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Turismo Interior e Rural**

Subject	Turismo Interior e Rural			
Code	O04M097V01105			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Lecturers	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel			
E-mail	agueimonde@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
General description	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.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
------------------------------------	-------------------------------

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

Contidos

Topic

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	20	18	38
Obradoiro	5	0	5
Estudo de casos	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18

Resolución de problemas de forma autónoma	0	78	78
Exame de preguntas obxectivas	1	5	6

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminario	Aulas teórico-prácticas.
Obradoiro	Obradoiro de turismo urbano pola cidade de Ourense. Exposición sobre o terreo de diferentes exemplos de turismo urbano.
Estudo de casos	Estudo de casos prácticos vinculados coa materia.
Foros de discusión	Esta actividade consistirá na participación en foros de discusión que se crearán sobre temas relacionados coa materia.
Resolución de problemas de forma autónoma	Encomendarase a realización de catro traballos ou exercicios prácticos, arredor de cada un dos temas da materia.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Foros de discusión	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías presenciais no despacho da docente) como non presenciais (consultas vía e-mail ou titorías por Campus Remoto).
Resolución de problemas de forma autónoma	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías presenciais no despacho da docente) como non presenciais (consultas vía e-mail ou titorías por Campus Remoto).
Tests	Description
Exame de preguntas obxectivas	A atención personalizada, co fin de resolver dúbidas sobre a materia, desenvolverase tanto a través de actividades presenciais (titorías presenciais no despacho da docente) como non presenciais (consultas vía e-mail ou titorías por Campus Remoto).

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Foros de discusión	Actividade consistente en realizar contribucións a debates en foros sobre temas relacionados cos contidos da materia. Cada participante do curso deberá de contribuír como mínimo con unha participación en cada foro que se cree. Valorarase a calidade, rigor e relevancia dos comentarios, así como o uso de fontes de información adecuadas e rigorosas para fundamentar as propostas.	8	B1 B2 B5 B6 B10 B11 B13	C11 C15 C17 C18 C20 C21
Resolución de problemas de forma autónoma	4 traballos sobre cada un dos temas da materia. Cada traballo terá un peso do 18% dentro da nota global. En cada traballo valorarase: - Precisión e claridade na exposición das ideas principais. - Orde e coherencia de argumentos. - Capacidade analítica, de relación, e o sentido crítico. - Corrección formal. - Correcto uso das fontes e referencias bibliográficas.	72	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B12 B13	C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17
Exame de preguntas obxectivas	Proba de seguimento da adquisición das competencias e coñecementos da materia.	20	B1 B3 B6 B7 B8	C7 C8 C9 C10 C11 C15 C17 C20

Other comments on the Evaluation

O alumnado poderá elixir ser avaliado mediante o sistema de avaliación continua (AC), ou alternativamente optar por unha

proba de Avaliación Global (AG). A avaliación por defecto é a AC.

Para ser avaliado mediante AG, o alumnado deberá comunicar a súa preferencia por este sistema de avaliación á profesora coordinadora da materia, mediante o envío dun correo electrónico con acuse de recibo, no prazo do 11 de setembro a 11 de outubro. A escolla de AG supón a renuncia ao dereito de seguir avaliándose mediante as actividades de AC que resten e á cualificación obtida até ese momento en calquera das probas que xa tiveran lugar.

SISTEMA DE AVALIACIÓN CONTINUA (AC).

METODOLOXÍA/PROBA 1: Foro de discusión.

Descrición: A docente propondrá temas de debate e reflexión a través de foros virtuais. Pedirase ao alumnado que realice contribucións, achegando as súas consideracións e realizando propostas desde as posicións diversas e diversos puntos de vista. A finalidade é confrontar enfoques, visualizar posicións diferentes, desde territorios diversos e comprensións multilaterais do turismo.

% Cualificación: 8%

METODOLOXÍA/PROBA 2: Traballo Tema 1.

Descrición: Propóranse actividades sobre a temática [Teoría xeral do turismo interior]. Consistirán en varias preguntas, ou problemáticas que o alumnado deberá responder, resolver e analizar.

% Cualificación: 18%

% mínimo: Para a liberación desta parte da materia, o alumnado deberá obter unha cualificación de 5 sobre 10.

METODOLOXÍA/PROBA 3: Traballo Tema 2.

Descrición: Propóranse actividades sobre a temática [Patrimonio cultural e turismo]. Consistirán en varias preguntas, ou problemáticas que o alumnado deberá responder, resolver e analizar.

% Cualificación: 18%

% mínimo: Para a liberación desta parte da materia, o alumnado deberá obter unha cualificación de 5 sobre 10.

METODOLOXÍA/PROBA 4: Traballo Tema 3.

Descrición: Propóranse actividades sobre a temática [Turismo rural]. Consistirán en varias preguntas, ou problemáticas que o alumnado deberá responder, resolver e analizar.

% Cualificación: 18%

% mínimo: Para a liberación desta parte da materia, o alumnado deberá obter unha cualificación de 5 sobre 10.

METODOLOXÍA/PROBA 5: Traballo Tema 4.

Descrición: Propóranse actividades sobre a temática [Turismo urbano]. Consistirán en varias preguntas, ou problemáticas que o alumnado deberá responder, resolver e analizar.

% Cualificación: 18%

% mínimo: Para a liberación desta parte da materia, o alumnado deberá obter unha cualificación de 5 sobre 10.

METODOLOXÍA/PROBA 6: Exame test.

Descrición: A final de curso, na data oficial do exame da materia, realizarase un exame, co fin de avaliar a adquisición e comprensión dos conceptos e procesos esenciais relativos aos temas impartidos.

% Cualificación: 20%

% **mínimo:** Para a liberación desta parte da materia, o alumnado deberá obter unha cualificación de 5 sobre 10 no conxunto do exame.

Aclaracións sobre a avaliación continua:

No caso de que algún alumno/a non supere o exame tipo test e/ou algún traballo na 1ª oportunidade (1ª edición de actas). É dicir, no caso de que non se presente a algunha destas probas, ou obteña unha nota inferior a 5 en algunha destas probas:

- Poderá recuperar o exame e/ou traballo suspenso/s na data oficial establecida para a 2ª edición de actas.
- O alumnado que se atope nesa situación tería unha cualificación de suspenso na primeira oportunidade (1ª edición da acta). A nota numérica que lle aparecería en actas na primeira oportunidade sería a correspondente á media ponderada das diferentes probas de avaliación, e en caso de que a media dese aprobado, apareceríalle unha cualificación de 4,9.

A avaliación será a mesma para as 3 modalidades de docencia: presencial, semipresencial e online.

SISTEMA DE AVALIACIÓN GLOBAL (AG)

PRIMEIRA PARTE DA PROBA: Exame tipo test.

Descrición: Proba obxectiva que valorará a adquisición e comprensión dos conceptos e procesos esenciais da materia.

% **Cualificación:** 30%

% **mínimo:** Para a liberación desta parte da materia, o/a estudante deberá obter unha nota igual ou superior a 7 puntos (sobre 10).

SEGUNDA PARTE DA PROBA: Exame de cuestións teórico-prácticas.

Descrición: Proba que incluíra avaliación de conceptos teóricos e resolución de problemas.

% **Cualificación:** 70%

Aclaracións sobre a avaliación global: O estudiantado que siga o sistema de avaliación global deberá obter polo menos un 7 sobre 10 no exame de preguntas obxectivas (primeira parte da proba). A nota numérica que figuraría na acta para o alumnado que non acade esta nota mínima, sería a nota obtida nesa proba, cando fose inferior a 4,9. Se esa nota fose igual ou superior a 4,9, aparecería unha nota de 4,9.

Os estudantes que non participen na AC nin na AG, figurarán nas actas como "non presentados".

Recoméndase ao alumnado ter en conta o Título VII (Do uso de medios ilícitos) do *Regulamento sobre a avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudiantado* (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

As datas e horas das probas de AG (de primeira e segunda oportunidade) son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobadas pola Comisión Académica do Mestrado para o curso en vigor. En caso de conflito ou disparidade entre as datas de exames, prevalecerán as publicadas na web do mestrado (<http://www.masterturismoourense.es/>).

CONSULTA/ SOLICITUDE DE TITORÍAS

As titorías pódense consultar a través da páxina persoal do profesorado, accesible a través de <https://fcetou.uvigo.es>

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

Recomendacións

Other comments

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, podéñse 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.

IDENTIFYING DATA**Turismo Termal e de Saúde**

Subject	Turismo Termal e de Saúde			
Code	O04M097V01201			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	9	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Alén González, María Elisa			
Lecturers	Alén González, María Elisa Braña Cobas, Ramón Luis Cerdeira Lois, José Juan González Diéguez, Emma Losada Sánchez, María Nieves Melgosa Arcos, Francisco Javier Pérez Fernández, María Reyes Suárez Troitiño, Fernando			
E-mail	alen@uvigo.es			
Web				
General description	<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>			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B8	Inferir e valorar con espírito crítico os resultados obtidos.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B11	Organizar e liderar equipos.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.

C4 Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.

C8 Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.

C11 Definir as tendencias e a dinámica do os mercados turísticos.

C15 Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.

C16 Diseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecer o concepto de Turismo termal (vertente sanitaria e turística) e como implementalo nun destino	A1
	A2
	A3
	A4
	A5
	B2
	B3
	B4
	B5
	B6
	B7
	B8
	B9
	B11
	B13
	C4
C8	
C11	
C15	
C16	
Definir estratexias de xestión no sector termal a nivel de empresa ou destino	A1
	A2
	A3
	A4
	A5
	B2
	B3
	B4
	B5
	B6
	B7
	B8
	B9
	B11
	B13
	C4
C8	
C11	
C15	
C16	

Contidos

Topic

- Concepto e estratexias de Turismo Termal.	<ul style="list-style-type: none">o Introducción ao termalismo.o Turismo de saúde e termal.o Sector termal.o Estrutura do sector termal.o Futuro do sector.o Pasado, presente e futuro do termalismo.o Perfil do termalista.
- Comercialización do Turismo de Saúde	<ul style="list-style-type: none">o Adaptación dos coñecementos xerais da mercadotecnia e comercialización á realidade dos diferentes produtos turísticos, con especial fincapé no turismo de saúde.
- O establecemento termal	<ul style="list-style-type: none">o Centros termais.o Clasificación dos centros termais.o Apertura dun centro termal.o Concepto de Balneario.o Lexislación aplicable

- Aspectos Sanitarios do termalismo

o Aspectos de saúde relacionados co termalismo
 o Diferentes tipos de augas mineromedicinais
 o Técnicas hidrotermais
 o Indicacións para a saúde dos tratamentos balneoterápicos

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	40	80	120
Seminario	5	7.5	12.5
Obradoiro	5	7.5	12.5
Resolución de problemas de forma autónoma	0	75	75
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	2	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results	
Lección maxistral	Necesaria a asistencia dun mínimo do 80% das sesións na modalidade presencial	10	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C8 C11 C15 C16
Seminario	Resolución de casos	30	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B11 B13	C11 C16
Obradoiro	Resolución de casos de aula	20		C8 C15 C16
Resolución de problemas de forma autónoma	Realización de traballo/	20		
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exame	20	A1 A2 A3 A4 A5	C4 C8 C11

Other comments on the Evaluation

O alumnado poderá elixir ser avaliado mediante o sistema de Avaliación Continua (AC), ou alternativamente optar por unha proba de Avaliación Global (AG). A avaliación por defecto é a AC. O alumnado poderá elixir AG segundo o procedemento e o prazo establecido polo centro. A elección de AG supón a renuncia ao dereito de seguir avaliándose mediante as actividades

de AC que resten e á cualificación obtida ata ese momento en calquera das probas que xa tiveron lugar.

AC. En caso de non renunciar á avaliación continua:

Modalidade presencial. A materia require unha presencialidade na parte teórica (mínimo 80%) para poder resolver as cuestións formuladas na aula así como para resolver o traballo da materia. Así, a nota de avaliación continua suporá o 80% da nota final. O outro 20% corresponderalle á realización dun exame da parte teórica. Para que se teña en conta a nota de avaliación continua é necesario acadar unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no exame.

Na modalidade semipresencial e virtual, o estudante terá que realizar unha aprendizaxe propia dos contidos, e a partir delas realizar as distintas actividades que se vaian propoñendo na materia (normalmente 3 actividades). 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.

AG en primeira oportunidade

Seguirán este proceso os estudantes que non sigan a avaliación continua. Unha vez superado o período dun mes desde o comezo do cuadrimestre o centro habilitará o procedemento e informará os estudantes do prazo para que os matriculados manifesten formalmente a súa intención de se acoller á modalidade de avaliación global. Neste caso, o exame consistirá nunha proba na que se contestarán preguntas de diversa índole tendo un peso de 100% da cualificación.

As cualificacións de tódalas probas, parciais ou finais, prácticas e actividades só terán efecto no curso académico en que se propoñen.

Consulta e/ou solicitude de titorías: As docentes teñen oferta de titorías presenciais ou virtuais en horario concertado. Para concertar unha cita pódese facelo desde a Secretaría Virtual en liña.

Outros: A plataforma de aula virtual conta con ferramentas para detectar posibles comportamentos anómalos e deshonestos, así como para detectar posibles praxios en traballos escritos. No caso de detección de plaxio nalgunha proba/traballo/test/exame/actividade a cualificación final da materia será Suspenso (0) e o feito será comunicado ao Decanato do Centro para que adopte as medidas oportunas en cumprimento do artigo 13.2.d) do Estatuto do Estudante Universitario que establece o deber de "Absterse da utilización ou cooperación en procedementos fraudulentos nas probas de avaliación, nos traballos que se realicen ou en documentos oficiais da universidade".

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

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

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

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

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

Recomendacións

Other comments

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.

Contéplase tamén algunhas lecturas complementarias para aumentar o coñecemento sobre a materia fose da aula. Valorarase positivamente a participación activa na clase, tanto achegas propias, como preguntas aos relatores e será de carácter obrigatorio a posta en común na clase dos traballos realizados.

IDENTIFYING DATA**Turismo de Natureza e Ecoturismo**

Subject	Turismo de Natureza e Ecoturismo			
Code	O04M097V01202			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Araújo Vila, Noelia			
Lecturers	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Paul Carril, Valeria			
E-mail	naraujo@uvigo.es			
Web				
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Xuzgar de modo crítico conceptos clave, de materias como natureza, espazo natural, espazo protexido, ecoturismo, etc.	A3 A4 A5 B12
Discutir os tipos de turismo na natureza que a bibliografía habitualmente distingue, o ecoturismo, destacando as súas especificidades.	A1 A5 B12
Identificar distintas empresas que ofrecen actividades de turismo na natureza e aprender a caracterizalas desde a perspectiva da mercadotecnia tendo en conta cuestións como os prezos.	A5 B12 C15

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

Contidos

Topic

BLOQUE 1. A NATUREZA COMO ATRACCIÓN TURÍSTICA	1.1. Xenealoxía básica da noción de natureza. 1.2. Vellos e novos turismos na natureza. 1.3. O patrimonio natural. 1.4. Cara unha definición de natureza. A discusión espazos naturais/espazos naturais protexidos.
BLOQUE 2. CONTEXTO E TIPOLOXÍA DE TURISMO NA NATUREZA	2.1. Turismo sustentable e turismo alternativo. 2.1.1. O turismo sustentable. 2.1.2. O turismo alternativo. 2.2. Unha revisión aos tipos de turismo na natureza. 2.3. Proposta de modelo conceptual operativo. 2.4. Turismo en espazos naturais protexidos e uso público. 2.5. As peculiaridades do ecoturismo.
BLOQUE 3. EMPRESAS E PRODUTOS DE TURISMO NA NATUREZA EN GALICIA	3.1. Produtos turísticos no turismo na natureza. 3.1.1. Actividades terrestres. 3.1.2. Actividades acuáticas. 3.1.3. Actividades aéreas. 3.2. Oferta empresarial galega de turismo na natureza.
BLOQUE 4. MIRADA TURÍSTICA AOS RÉXIMENES DOS ESPAZOS NATURAIS PROTEXIDOS	4.1. Evolución dos espazos naturais protexidos en Galicia. 4.1.1. Os primeiros espazos protexidos e a dictadura franquista. 4.1.2. A década de 1970. 4.1.3. A primeira autonomía (1981-1997). 4.1.4. O inicio efectivo dos espazos naturais protexidos (1997-2005). 4.1.5. O período 2005-2010. 4.2. Os espazos naturais protexidos en Galicia hoxe. 4.3. O marco español. 4.4. O marco europeo. 4.5. A carta europea de turismo sustentable nos espazos protexidos. 4.6. O marco mundial.
BLQOUE 5. ORDENACIÓN TURÍSTICA DOS ESPAZOS NATURAIS PROTEXIDOS	5.1. Gobernanza turística dos espazos naturais protexidos. 5.2. Planificación turística dos espazos naturais protexidos. 5.3. Xestión del fluxo de visitantes.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	25	5	30
Traballo tutelado	5	5	10
Estudo de casos	3	5	8
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	0	101	101

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

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

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

Avaliación			
	Description	Qualification	Training and Learning Results
Exame de preguntas de desenvolvemento	Será necesario realizar un exame de control na data fixada para iso no mes de xaneiro (de carácter obrigatorio). Para superar a materia é de carácter obrigatorio entregar os 3 bloques de actividades, así como realizar o exame, obtendo un mínimo de 4 en cada unha das partes e unha nota media igual ou superior a 5.	10	A1 B8 C1 A2 C3 A3 C13 A4 C15 A5
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumno deberá entregar tres bloques de actividades ao longo do cuadrimestre a través da plataforma moovi. Cada unha das actividades terá un peso do 30% da nota.	90	A1 B8 C1 A2 B11 C3 A3 B12 C13 A4 B13 C15 A5

Other comments on the Evaluation

En caso de non superar a materia na primeira convocatoria (marzo) o alumno deberá de entregar de novo as actividades non entregadas ou non superadas na convocatoria de xullo vía moovi. Igualmente deberá repetir o exame na data fixada en xullo en caso de non superar ou non presentarse ao exame de marzo.

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

A avaliación será a mesma para as 3 modalidades: presencial, semipresencial e non presencial.

No caso de que o alumno non queira ser avaliado por avaliación continua, poderá renunciar a este método de avaliación e solicitar a avaliación única o día oficial do exame (publicada no calendario do master). Neste caso terá que realizar un exame teórico-práctico da materia. Para elo deberá solicitar esta modalidade de avaliación vía mail á coordinadora da materia (naraujo@uvigo.es) entre o 29 de xaneiro e o 29 de febreiro de 2024.

Bibliografía. Fontes de información
Basic Bibliography
Complementary Bibliography
PAÜL, V.; ARAÚJO, N. e FRAIZ, J.A., Manual de turismo na natureza e a súa aplicación en Galicia , 978-84-8158-542-1, Universidade de Vigo,

Recomendacións

Other comments

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario das probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso actual!

IDENTIFYING DATA**Prácticas Externas**

Subject	Prácticas Externas			
Code	004M097V01203			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	9	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Fraiz Brea, José Antonio			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
General description	Contextualización das prácticas: descrición da institución/empresa. Perfis profesionais vinculados coa dirección e planificación do turismo. As prácticas externas como instrumento de desenvolvemento dos profesionais no sector turístico.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

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

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Pór en práctica todos os coñecementos adquiridos ao longo do máster, ao que se engade capacidade resolutiva, iniciativa, traballo en equipo e todas as competencias indicadas nas diferentes materias.	A1
	A2
	A3
	A4
	A5
	B1
	B2
	B3
	B4
	B5
	B6
	B7
	B8
	B9
	B10
	B11
	B12
	B13
	C1
	C2
	C3
C4	
C5	
C6	
C7	
C8	
C9	
C10	
C11	
C12	
C13	
C15	
C16	
C17	
C18	
C19	
C20	
C21	

Contidos

Topic

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticum, Practicas externas e clínicas	0	210	210
Seminario	5	0	5
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	0	10	10

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Realización de prácticas nunha empresa do sector turístico.
Seminario	Seminario introductorio: recomendacións para a realización das prácticas externas.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Seminario	Orientacións para a realización das prácticas externas.
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Realización das prácticas en empresas ou institucións do sector turístico.
Tests	Description
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	Resumo das actividades realizadas nas prácticas.

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	O alumno realizará un informe no que explicará as tarefas e funcións levadas a cabo durante as prácticas. A empresa cubrirá un impreso de valoración do alumno.	100	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B12 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C12 C13 C15 C16 C17 C18 C19 C20 C21

Other comments on the Evaluation

Bibliografía. Fontes de información
Basic Bibliography
Complementary Bibliography

Recomendacións

IDENTIFYING DATA**Traballo de Fin de Máster**

Subject	Traballo de Fin de Máster			
Code	O04M097V01204			
Study programme	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Fraiz Brea, José Antonio			
Lecturers	Fraiz Brea, José Antonio			
E-mail	jafraiz@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/			
General description	-Planificación, deseño e desenvolvemento dun proxecto de dirección e planificación turística. -Elaboración dunha memoria do proxecto de empresa/institución.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

C15 Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do destino.

C16 Diseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.

C18 Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.

C19 Aplicar técnicas de recolleita e análise de datos.

C21 Construír a imaxe da organización.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject

Training and
Learning Results

-Integrar os coñecementos asimilados sobre as diversas disciplinas impartidas durante todo o máster universitario nun único traballo.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B8
B9
B10
B11
B13
C1
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8
C9
C10
C11
C15
C16
C18
C19
C21

-Facilitar o desenvolvemento das habilidades críticas, analíticas e creativas do alumno ao adaptar solucións e métodos estudados teoricamente a problemas reais.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B8
B9
B10
B11
B13
C1
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8
C9
C10
C11
C15
C16
C18
C19
C21

-Proporcionar ao alumno unha oportunidade de observar as responsabilidades dos directivos e a complexidade na administración do sector turístico, xa que estarán inmersos nunha realidade empresarial que lles exporá dúbidas e retos.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B8
B9
B10
B11
B12
B13
C1
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8
C9
C10
C11
C15
C16
C18
C19
C21

Topic

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Seminario	5	0	5
Traballo	0	144	144

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Seminario	Seminario de pautas e recomendacións para realizar un traballo fin de máster.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Seminario	Orientacións de como elaborar o TFM.
Tests	Description
Traballo	*Tutorización individual do TFM por parte do titor.

Avaliación

Description	Qualification	Training	and Learning	Results
TraballoRealización dun TFM tutorizado ao longo do 2º cuadrimestre.	100	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 B11 B13	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 C10 C11 C15 C16 C18 C19 C21

Other comments on the Evaluation

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

Recomendacións