



## 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 2016-2017 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**
- **DOBLE GRADO INTERNACIONAL EN ADE (ESPAÑA) & BUSINESS ADMINISTRATION (BREMENHAVEN, ALEMANIA)**

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

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

¡Ven a visitarnos!

### Organigrama

EQUIPO DECANAL

#### Decana

Elena Rivo López

Teléfono: 988368800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

#### Vicedecana de Ordenación Académica

Mónica Villanueva Villar

Teléfono: 988368714

e-mail: monicavv@uvigo.es

**Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática**

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

**Vicedecano de Calidad**

Marcos Álvarez Díaz  
Teléfono: 988 368 764  
e-mail: marcosalvarez@uvigo.es

**Vicedecana de Relaciones Internacionales**

Elena De Prada Creo  
Teléfono: 988368726  
e-mail: edeprada@uvigo.es

**Secretaría**

María Beatriz González Sánchez  
Teléfono: 988368712  
e-mail: bgonzale@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](http://www.fcetou.uvigo.es)

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

**Asignaturas****Curso 1**

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

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Gestión de las Organizaciones Turísticas**

Asignatura	Gestión de las Organizaciones Turísticas			
Código	004M097V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Barajas Alonso, Ángel Antonio Carlos Villamarín, Pablo de del Río Rama, María de la Cruz Diéguez Castrillón, María Isabel Rodríguez-Toubes Muñiz, Diego Sánchez Fernández, Patricio Vargas Sánchez, Alfonso A.			
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		Tipología
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.	- saber
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.	- saber hacer
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber - saber hacer - Saber estar /ser
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber - saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer

CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber - saber hacer
CG10	Negociar: Llegar a acuerdos.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	- saber hacer
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.	- saber - saber hacer
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.	- saber - saber hacer
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.	- saber - saber hacer
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.	- saber - saber hacer
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber - saber hacer
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber hacer
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).	- saber - saber hacer
CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.	- saber - saber hacer
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.	- saber hacer
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.	- saber - saber hacer
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.	- saber - saber hacer
CE21	Construir la imagen de la organización.	- saber - saber hacer

### **Resultados de aprendizaje**

Resultados de aprendizaje	Competencias
Gestionar una empresa turística	CB2 CB3 CG3 CG6 CG9 CG13 CE2 CE3 CE4 CE7 CE8 CE10 CE12 CE14 CE16 CE18 CE20 CE21

Planificar entornos turísticos diversos con perspectiva de responsabilidad social.

CB2  
CB3  
CB4  
CG1  
CG2  
CG4  
CG5  
CG6  
CG7  
CE2  
CE4  
CE6

Organizar y dirigir equipos de trabajo en el ámbito turístico

CG8  
CG10  
CG11  
CG12  
CG13

Proponer soluciones a problemas del ámbito turístico

CB1  
CB2  
CB3  
CB4  
CB5  
CG5  
CG6  
CG8  
CE5

### Contenidos

Tema

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

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	55	55
Trabajos tutelados	0	75	75
Sesión magistral	17	0	17
Otras	1	0	1

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

### Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias. Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes. Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título.	40	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE2 CE3 CE4 CE5 CE6 CE7 CE8 CE10 CE12 CE14 CE16 CE18 CE20 CE21

Trabajos tutelados	Valoración por el profesorado de la adquisición de competencias	40	CB1
	Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes		CB2
	Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título		CB3
			CB4
			CB5
			CG1
			CG2
			CG3
			CG4
			CG5
			CG6
			CG7
			CG8
			CG9
			CG10
			CG11
			CG12
			CG13
			CE2
			CE3
			CE4
			CE5
			CE6
			CE7
			CE8
			CE10
			CE12
			CE14
			CE16
			CE18
			CE20
			CE21

---

Otras	Prueba de seguimiento para valoración por el profesorado de la adquisición de competencias; Valoración de los informes finales realizados por los estudiantes; Valoración de las manifestaciones de los estudiantes coherentes con los principios establecidos en la memoria del título	20	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE2 CE3 CE4 CE5 CE6 CE7 CE8 CE10 CE12 CE14 CE16 CE18 CE20 CE21
-------	---	----	---

---

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son: 12 de enero las 18.00 y 7 de julio las 16.00 en el seminario 0.2

En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web del Máster [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

Para la convocatoria de julio se realizará una prueba del 100% de los contenidos

OBSERVACIONES:

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

---

### **Fuentes de información**

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

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

Ferruz, Luis, Dirección Financiera, Gestión 2000, 2002

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

---

---

## **Recomendaciones**

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

Asignatura	Diseño, Comercialización y Promoción de Productos Turísticos			
Código	O04M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Cerviño Fernández, Julio Parra López, Eduardo Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Se partirá de conceptos de márketing 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		Tipología
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.	- saber
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- Saber estar /ser
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber - saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber - saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber - saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- saber hacer

CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	- saber hacer
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.	- saber hacer
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.	- saber hacer
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.	- saber - saber hacer
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.	- saber hacer
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber hacer
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber
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,...).	- saber hacer
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.	
CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.	- saber hacer - Saber estar /ser
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.	- saber hacer
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.	- saber hacer
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.	- saber hacer
CE21	Construir la imagen de la organización.	- saber hacer

### 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 CE21
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	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
---	--

<b>Contenidos</b>	
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.- Promoción de productos turísticos.	3.1.- Proceso de Comunicación, Fijación de Objetivos y Presupuesto promocional. 3.2.- Herramientas del Plan de Comunicación Integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de Productos e Imagen de Destinos Turísticos

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	100	100
Sesión magistral	25	0	25
Pruebas de respuesta corta	1	24	25

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de dos casos en grupo
Sesión magistral	Serán impartidas por los profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Juan José Molinos, Lorena Rodríguez Campo y Julio Cerviño

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El 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
Resolución de problemas y/o ejercicios	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

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se realizarán 2 casos	80	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG6 CG9 CG11 CE8 CE10 CE11 CE13 CE16 CE20 CE21
Pruebas de respuesta corta	En la fecha del examen	20	CB1 CG6 CG9 CE8 CE10 CE16 CE20 CE21

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

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](http://www.masterturismoourense.es)

### **Fuentes de información**

ALBERT PIÑOLÉ, I. (2004): *Gestión, productos y servicios de agencias de viajes*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

ALTÉS MACHÍN, CARMEN: *Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos*. Ed. Síntesis

BOULLON, ROBERTO (2004): *Marketing turístico. Una perspectiva desde la planificación*. 2ª edición. Ediciones Turísticas.

CERVIÑO, J. (2006): *Marketing Internacional: Nuevas perspectivas para un mercado globalizado*, Ediciones Pirámide, Madrid.

**EJARQUE, J. (2005): *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid.**

GARAU VADELL, J. B. (2003): *Gestión promocional de empresas turísticas*. Ed. Universidad de las Islas Baleares.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. (2004): *Marketing para turismo*, Pearson Educación, Tercera edición, Madrid.

LAZA MUÑOZ, P. y HERNANDIS BERNAL, L. (2005): *Gestión Económico Administrativa de las Agencias de Viajes*, Thomson Paraninfo, Madrid.

MUÑOZ OÑATE, F. (2000): *Marketing turístico*. Edit. Centro de estudios Ramón Areces.

PARENTEAU, ALAIN (1995): *Marketing práctico de turismo en hostelería, restauración, turismo comercial e institucional*. Edit.

Síntesis.

ROCHAT, MICHEL (2000): *Marketing y gestión de la restauración*. Ed. Gestión.

---

---

## **Recomendaciones**

---

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

Asignatura	Planificación de Destinos Turísticos y Desarrollo Sostenible			
Código	O04M097V01103			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Domínguez Vila, Trinidad Fraiz Brea, José Antonio Paul Carril, Valeria			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

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

CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.	- saber hacer
CE17	Explicar el destino turístico como sistema.	- saber hacer
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.	- saber hacer

### Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
1 Distinguir conceptos de la planificación.	CE1
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
3 Identificar y enumerar elementos que acerca la *sustentabilidad al turismo.	CG2 CG5 CE3 CE14
4 Enumerar los impactos ambientales del turismo.	CG5 CG10 CE14 CE17
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.	CG1 CG5 CG6 CG11 CG12 CE1 CE2 CE17
6 Determinar que añade el análisis de clústers en planificación turística, tanto de destinos como de empresas.	CG2 CG4 CG9 CG12 CG13 CE2 CE5 CE7 CE11
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.	CG8 CG12 CE3 CE13

### 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.

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Pruebas de respuesta corta	0	1	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	124	124

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas. Dichas clases serán impartidas en castellano o en gallego en función de la solicitud del alumnado.
Trabajos de aula	Realización de trabajos en aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	En el propio aula y a través de tutorías individuales y colectivas.
Seminarios	En el propio aula en grupo.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Pruebas de respuesta corta	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 CG2 CG5 CG6 CG10 CE1 CE4 CE5 CE7 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 faitic, menú EJERCICIOS (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 CG2 CG4 CG5 CG6 CG10 CE1 CE2 CE3 CE4 CE5 CE7 CE9 CE11 CE13 CE14 CE17 CE20
--	---	----	--

---

### Otros comentarios y evaluación de Julio

La fecha del examen en primera convocatoria será el 12 de enero de 2017 a las 16.00 horas (Seminario 0.2).

La fecha del examen en segunda convocatoria será el 6 de julio de 2017 a las 16.00 horas (Seminario 0.2).\* En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

---

### Fuentes de información

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

Bloque 1.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Bloque 2.

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

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

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

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

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

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

### OTROS RECURSOS E FONTES DE INFORMACIÓN

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

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

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

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

## Bloque 3.

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

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

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

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

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

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

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

---

## Recomendaciones

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Métodos para 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	004M097V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	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				
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		Tipología
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer - saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber hacer - saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- saber hacer
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.	- saber hacer

<b>Resultados de aprendizaje</b>	
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 afijación 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
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	124	0	124
Pruebas de tipo test	1	0	1

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

**Metodologías**

	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas
Trabajos de aula	Aplicación de la teoría a trabajos propuestos en aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos propuestos en aula.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Realización de trabajos por parte del alumna fuera de aula.

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Seminarios	Atención en grupo en el propio aula.
Trabajos de aula	Realización de trabajos en aula bajo la supervisión del docente.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Orientaciones individuales para la resolución de estudios de caso.
Pruebas	Descripción
Pruebas de tipo test	Evaluación personalizada de la materia.

**Evaluación**

Descripción	Calificación Competencias Evaluadas
-------------	-------------------------------------

Resolución de problemas y/o ejercicios 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 faitic, menú ejercicios.	90	CG1			
			CG2			
			CG3			
			CG4			
			CG5			
			CG6			
			CG7			
			CG8			
			CG9			
			CG10			
			CG11			
			CG12			
			CG13			
			CE18			
			CE19			
			Pruebas de tipo test	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 y evaluación de Julio

La fecha del examen en primera convocatoria será el 8 de enero de 2016 a las 16.00 horas (Seminario 0.2).

La fecha del examen en segunda convocatoria será el 7 de julio de 2016 a las 17.30 horas (Seminario 0.2).

\* En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

### Fuentes de información

? ALONSO, J. y GRANDE, I. (2004): Comportamiento del consumidor. ESIC. Madrid.

? ALTÉS C, 1995, MARKETING Y TURISMO. MADRID: SÍNTESIS ? DE BORJA, L. et al (2002): El consumidor turístico. ESIC. Madrid. ? Díez, E; LANDA, J (2002): MARKETING: INVESTIGACIÓN COMERCIAL. MADRID: PIRÁMIDE ? FERNÁNDEZ A (2002):INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO MADRID ESIC ? GARCÍA E (2001):CALIDAD DE SERVICIO EN HOTELES DE SOL Y PLAYA. MADRID SÍNTESIS ? GRANDE I; ABASCAL E (2003): FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL 7ª EDICIÓN MADRID ESIC. ? GONZÁLEZ M.A. (2000): INVESTIGACIÓN COMERCIAL. MADRID ESIC ? KOTLER, P. et al (2003): Marketing para Turismo. Pearson Education. ? MALHOTRA N (1997):INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. UN ENFOQUE PRÁCTICO 2ª EDICIÓN, MÉXICO. PRENTICE HALL. ? MOLLÁ, A. et al (2006). Comportamiento del consumidor. Ed. UOC. Barcelona. ? MORAGUES, D. (2006): Turismo, cultura y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional. Madrid. ? SERRA, A. (2005): Marketing turístico. Pirámide. Madrid.

### Recomendaciones



**DATOS IDENTIFICATIVOS****Turismo Interior y Rural**

Asignatura	Turismo Interior y Rural			
Código	004M097V01105			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Gueimonde Canto, Ana Isabel			
Profesorado	Blanco Cerradelo, Lidia Cuiñas Otero, Emilio Gil Pereiras, María del Carmen Gueimonde Canto, Ana Isabel Montfor Mir, Vicente			
Correo-e	agueimonde@uvigo.es			
Web	<a href="http://http://faitic.uvigo.es/">http://http://faitic.uvigo.es/</a>			
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		Tipología
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- Saber estar /ser
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer - Saber estar /ser
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- Saber estar /ser
CG11	Organizar y liderar equipos.	- Saber estar /ser
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber hacer
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.	- Saber estar /ser
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.	- saber
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber
CE11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.	- saber
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).	- saber hacer
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.	- saber hacer

CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino. - saber hacer
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos. - saber hacer
CE17	Explicar el destino turístico como sistema. - saber
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística. - saber hacer
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico. - saber - saber hacer
CE21	Construir la imagen de la organización. - saber hacer

### 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
Sesión magistral	15	30	45
Talleres	5	0	5
Foros de discusión	0	18	18
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	70	70
Pruebas de respuesta corta	2	10	12

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

### Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Clases magistrales con utilización de recursos audiovisuales e informáticos, charlas de expertas/os.
Talleres	Taller de turismo urbano por la ciudad de Ourense. Exposición sobre el terreno de diferentes ejemplos de turismo urbano.
Foros de discusión	Esta actividad consistirá en la creación de un glosario colaborativo sobre cada uno de los temas de la asignatura. Cada participante deberá contribuir introduciendo términos a los glosarios y comentando los términos introducidos por compañeros o compañeras. Los objetivos de la actividad son los siguientes: - Construcción colaborativa de un documento sintético que contenga los términos, conceptos y elementos relevantes de la disciplina, a fin de que pueda ser usado como elemento de referencia básico por parte de todo el grupo. - Comprensión profunda de los conceptos abstractos y la aplicación de los mismos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Se pedirá la realización de cuatro trabajos o ejercicios prácticos, alrededor de cada uno de los temas de la asignatura.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Foros de discusión	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la asignatura, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías) como no presenciales (consultas vía e-mail).
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la asignatura, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías) como no presenciales (consultas vía e-mail).
<b>Pruebas</b>	<b>Descripción</b>
Pruebas de respuesta corta	La atención personalizada, con el fin de resolver dudas sobre la asignatura, se desarrollará tanto a través de actividades presenciales (tutorías) como no presenciales (consultas vía e-mail).

### Evaluación

Descripción	Calificación Competencias Evaluadas
-------------	-------------------------------------

Foros de discusión	Se trata de realizar un glosario colaborativo relacionado con los contenidos de la asignatura.	5	CG1 CG2 CG5 CG6 CG10 CG11 CG13 CE11 CE15 CE17 CE18 CE20 CE21
	Cada participante del curso deberá de contribuir como mínimo con una aportación al glosario (definición de concepto, expresión, proceso, etc. relevante para la disciplina) y realizar también dos comentarios a definiciones incorporadas al glosario previamente por otros/as compañeros/as (aclaraciones, correcciones, ampliaciones, críticas, puntualizaciones, etc. a las definiciones de otros/as)		
	- Se valorará la oportuna elección del término así como su definición.		
	- Se valorará tanto el número de aportaciones (mínimo 1) y el número de comentarios a aportaciones de otros/as compañero/las (mínimo 2), como, fundamentalmente, la calidad, rigor y relevancia de los mismos.		
	- Asimismo, se valorará el uso de fuentes de información adecuadas y rigurosas para definir los vocablos. En este sentido, es obligatorio que el alumnado indique siempre las referencias de las fuentes empleadas.		
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	4 trabajos o ejercicios prácticos, que versarán alrededor de cada uno de los temas de la asignatura. En cada trabajo se valorará: - Precisión y claridad en la exposición de las ideas principales. - Orden y coherencia de argumentos. - Capacidad analítica, de relación, y sentido crítico - Corrección formal. - Correcto uso de las fuentes y referencias bibliográficas.	75	CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG12 CG13 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE12 CE13 CE15 CE16 CE17 CE20
Pruebas de respuesta corta	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 y evaluación de Julio

---

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

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

Segunda convocatoria (julio):

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

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

*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 Comisión Académica del Máster para el curso 2016-2017. No obstante, el calendario puede ser modificado a lo largo del curso por algún imprevisto. Consultad la página web del Máster por si hay cambios en el mismo. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la mencionada página web ([http://www.masterturismoourense.es/area\\_2.php](http://www.masterturismoourense.es/area_2.php))*

### **Observación importante:**

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

---

## **Fuentes de información**

### GENERAL

- Crosby, A. (Ed.) (2009): Re-inventando el turismo rural: gestion y desarrollo. Laertes: Barcelona.
- Dachary, A. C. y Arnaiz B., Stella M. (2002): Globalizacion, Turismo y Sustentabilidad. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Dachary, A. C. (2005): Turismo rural. Modelos y propuestas. Universidad de Guadalajara: Mexico.
- Gandara, J. M. G.; Del Alcazar, B. (2005): Global Distribution System in Hospitality; en Pizam, A. (Org.): International Encyclopedia of Hospitality Management. Elsevier Limited: Oxford.
- Garcia Henche, B. (2006): Marketing del turismo rural. Ed. Piramide: Madrid.
- Gomez Borja, M.A.; Mondejar Jimenez, J.A.; Sevilla Sevilla, C. (Coord.) (2005): Gestión del turismo cultural y de ciudad. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Lopez-Guzman Guzman, T.J.; Lara de Vicente, F. (2005): Turismo sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional. Universidad de Cordoba, Servicio de Publicaciones.
- O.M.T. (2005): El Turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Publicacion Madrid.
- Pulido Fernández, J. (coord.), (2008): El turismo rural. Síntesis: Madrid.
- Rodríguez González, R. (coord.), (2013): Galicia, un mundo rural vivo. UIMP: Lalín.
- Santos, X. (2012): Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas. Polígonos. nº 23 pp. 213-234
- Sparrer M. (2007): Turismo no espazo rural e desenvolvemento. Consellería de Innovación e Industria. Direccion Xeral de Turismo. Xunta de Galicia.
- Troitino Vinuesa, M. A.; Garcia Marchante, J.S.; Garcia Hernandez, M. (Coord.) (2008): Destinos turisticos, viejos problemas, .nuevas soluciones?. X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreacion (A.G.E). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha: Cuenca.
- Valenzuela Rubio (Coord.) (1997): Los Turismos de Interior: El retorno a la tradicion viajera.UA, Ediciones: Madrid.
- Vinals Blasco M. J (2002): Turismo en espacios naturales y rurales II. Universidad Politecnica de Valencia: Valencia.

### ESPECÍFICA

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

---

## **Recomendaciones**

---

### **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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa Braña Cobas, Ramón Luis Crecente Maseda, Mario González Diéguez, Emma Ladeiras, Ana Losada Sánchez, María Nieves Pérez Fernández, María Reyes			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				

**Descripción general** 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.

Esta asignatura servirá como elemento fundamental de la especialización, ya que introducirá al estudiante las particularidades del sector.

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.

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.

**Competencias**

Código		Tipología
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.	- saber
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.	- saber hacer
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber hacer
CG2	Predcir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber - saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber - saber hacer

CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- saber hacer
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber
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.	- saber hacer
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.	- saber
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.	- saber
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.	- saber
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber
CE11	Definir las tendencias y la dinámica del los mercados turísticos.	- saber
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).	- saber hacer
CE14	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías.	- saber hacer
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.	- saber hacer
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.	- saber hacer

### Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Conocer las diferencias entre las distintas clasificaciones de las aguas y las técnicas de aplicación. Así como la evaluación de la implicación que esto tiene a nivel de gestión.	CB1 CB2 CB4 CG2 CG4 CG6 CG7 CG9 CE4 CE14
Establecer las diferencias entre el pasado y el presente del Turismo Termal de tal forma que se evalúe el potencial turístico y las posibilidades de innovación.	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG1 CG2 CG3 CG5 CG8 CE8 CE9 CE11 CE15 CE16

Conocer todos los aspectos relativos a la gestión de un destino o establecimiento termal	CB1 CB2 CB4 CG3 CG6 CG7 CG8 CG10 CG11 CG12 CG13 CE5 CE7 CE9 CE10 CE12
Estudiar los principales centros termales en Galicia, España y los más relevantes del extranjero	CB2 CG1 CG3
Conocer el futuro del sector termal	CB1 CB2 CG3 CG4 CG6 CG7 CG11 CE11 CE16

## Contenidos

### Tema

- Concepto y estrategias de Turismo Termal.	o Introducción al termalismo. o Turismo de salud y termal. o Sector termal. o Estructura del sector termal. o Futuro del sector. o Pasado, presente y futuro del termalismo. o Perfil del termalista.
- Comercialización del Turismo de Salud	o Adaptación de los conocimientos generales del marketing y comercialización a la realidad de los diferentes productos turísticos, con especial hincapié en el turismo de salud.
- El establecimiento termal	o Centros termales. o Clasificación de los centros termales. o Apertura de un centro termal. o Concepto de Balneario.
- Aspectos Sanitarios del termalismo	o Aspectos de salud relacionados con el termalismo o Diferentes tipos de aguas mineromedicinales o Técnicas hidrotermales o Indicaciones para la salud de los tratamientos balneoterápicos

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	60	90
Seminarios	5	20	25
Talleres	5	20	25
Otros	0	8	8
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	75	75
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

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

## Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Clases teóricas para exposición de los contenidos principales
Seminarios	Clases de exposición de aspectos concretos de la materia.
Talleres	Sesiones prácticas.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Necesaria la asistencia de un mínimo del 80% de las sesiones en la modalidad presencial	10	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CE4 CE5 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11 CE12 CE14 CE15 CE16
Seminarios	Resolución de casos	30	CG1 CG2 CG3 CG4 CG5 CG6 CG7 CG8 CG9 CG10 CG11 CG12 CG13 CE11 CE14 CE16

Talleres	Resolución de casos de aula	20	CE8 CE9 CE14 CE15 CE16
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Realización de trabajo/s	20	
Pruebas de respuesta corta	Examen	20	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CE4 CE5 CE7 CE8 CE9 CE10 CE11

### Otros comentarios y evaluación de Julio

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 alumno tendrá que hacer un examen final que se corresponderá con el 100% de la nota.

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

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

### Fuentes de información

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

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

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

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

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

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

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

### Recomendaciones

**Otros comentarios**

---

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

Se contempla también algunas lecturas complementarias para aumentar el conocimiento sobre la materia fuera del aula. Se valorará positivamente la participación activa en la clase, tanto aportaciones propias, como preguntas a los ponentes y será de carácter obligatorio la puesta en común en la clase de los trabajos realizados.

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Turismo de Naturaleza y Ecoturismo**

Asignatura	Turismo de Naturaleza y Ecoturismo			
Código	004M097V01202			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Blanco Cerradelo, Lidia Diéguez Castrillón, María Isabel Paul Carril, Valeria			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

**Competencias**

Código		Tipología
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber - saber hacer
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.	- saber - saber hacer
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.	
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.	- saber - saber hacer
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.	- saber - saber hacer
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.	- saber hacer

**Resultados de aprendizaje**

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

Identificar la idea de naturaleza.	CB1 CB5
Reconocer la importancia del patrimonio en especial del patrimonio natural, en la planificación, diseño y gestión de las actividades turísticas.	CB2
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. Márketing 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

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	15	0	15
Trabajos de aula	5	0	5
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	0	5
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	1	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	124	124

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Seminarios	Clases teórico-prácticas. Se impartirán en castellano o gallego, en función de la petición del alumnado.
Trabajos de aula	Se realizarán trabajos en aula adaptados a la teoría expuesta.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos prácticos vinculados con la materia.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de casos/análisis de situación: el alumno podrá cocnertar 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
Seminarios	Los alumnos podrán discutir entre ellos y pregutnar dudas al coordinador sobre los casos prácticos a realizar.
Trabajos de aula	En las propias aulas los alumnos debatirán y resolverán cuestiones sobre la teoría que se está impartiendo en la propia clase.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Pruebas de respuesta larga, 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 faitic, menú EJERCICIOS (en la carpeta correspondiente).	90	CB1 CB2 CB3 CB4 CB5 CG8 CG11 CG12 CG13 CE1 CE3 CE13 CE15
--	--	----	--

---

### **Otros comentarios y evaluación de Julio**

---

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 FAITIC, en la carpeta correspondiente). Igualmente deberá repetir el examen en la fecha fijada en julio en caso de no superar o non presentarse al examen de marzo.

Fecha de examen de la primera convocatoria 10 de marzo.

Fecha de examen de la segunda convocatoria 17 de julio.

---

### **Fuentes de información**

---

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

---

### **Recomendaciones**

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Prácticas Externas**

Asignatura	Prácticas Externas			
Código	004M097V01203			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	9	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
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		Tipología
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber - saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- saber hacer
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber - saber hacer
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.	- saber hacer
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.	- saber hacer

CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	- saber hacer
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.	- saber hacer
CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.	- saber - saber hacer
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.	- saber hacer
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.	- saber hacer
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber - saber hacer
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber hacer
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.	- saber hacer
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber - saber hacer
CE11	Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.	- saber hacer
CE12	Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (financiero, comercial, personal,...).	- saber hacer
CE13	Gestionar el territorio turístico con criterios sostenibles.	- saber hacer
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.	- saber hacer
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.	- saber hacer
CE17	Explicar el destino turístico como sistema.	- saber - saber hacer
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.	- saber hacer
CE19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.	- saber hacer
CE20	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.	- saber hacer
CE21	Construir la imagen de la organización.	- saber hacer

## **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
Prácticas externas	0	210	210
Seminarios	5	0	5
Informes/memorias de prácticas	0	10	10

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

**Metodologías**

	Descripción
Prácticas externas	Realización de prácticas en una empresa del sector turístico.
Seminarios	Seminario introductorio: recomendaciones para la realización de las prácticas externas.

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Seminarios	Orientaciones para la realización de las prácticas externas.
Prácticas externas	Realización de las prácticas en empresas o instituciones del sector turístico.

**Pruebas**

	Descripción
--	-------------

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Informes/memorias de prácticas	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 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

**Otros comentarios y evaluación de Julio**

**Fuentes de información**

**Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Trabajo Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	004M097V01204			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo Interior y de Salud			
Descriptores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jafraiz@uvigo.es			
Web				
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		Tipología
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.	- saber - saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CG1	Analizar y relacionar la dimensión y el carácter dinámico del Turismo y su incidencia en la Gestión y Dirección.	- saber hacer
CG2	Predecir los potenciales turísticos de un territorio.	- saber hacer
CG3	Utilizar métodos de gestión empresarial que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.	- saber hacer
CG4	Definir prioridades en la consecución de objetivos.	- saber - saber hacer
CG5	Hipotetizar las nuevas situaciones.	- saber hacer
CG6	Aconsejar estrategias y resolver problemas.	- saber hacer
CG7	Planear en un contexto de responsabilidad social.	- saber hacer
CG8	Inferir y valorar con espíritu crítico los resultados obtenidos.	- saber hacer
CG9	Aplicar las técnicas de promoción y de marketing de servicios.	- saber hacer
CG10	Negociar: llegar a acuerdos.	- saber hacer
CG11	Organizar y liderar equipos.	- saber hacer
CG12	Definir las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.	- saber hacer
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.	- saber hacer
CE1	Aplicar instrumentos de planificación.	- saber hacer
CE2	Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	- saber hacer
CE3	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.	- saber hacer

CE4	Explicar el marco legal que regula las actividades turísticas.	- saber hacer
CE5	Diferenciar la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y usarlas para posicionarse frente a otras organizaciones.	- saber hacer
CE6	Describir las áreas de gestión de la administración pública turística.	
CE7	Listar las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.	- saber hacer
CE8	Definir las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.	- saber hacer
CE9	Describir las políticas públicas que afectan al destino.	- saber hacer
CE10	Citar las técnicas de dirección empresarial.	- saber hacer
CE11	Definir las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.	- saber hacer
CE15	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.	- saber hacer
CE16	Diseñar productos y priorizar proyectos turísticos.	- saber hacer
CE18	Valorar sistemas de control de la evolución de la actividad turística.	- saber hacer
CE19	Aplicar técnicas de recogida y análisis de datos.	- saber hacer
CE21	Construir la imagen de la organización.	- saber hacer

### 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

---

**Contenidos**

Tema

CÓMO ELABORAR UN TRABAJO FIN DE MASTER - Pautas y directrices para la elaboración de un trabajo fin de master.

**Planificación**

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	5	0	5
Trabajos y proyectos	0	144	144
Otras	1	0	1

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

**Metodologías**

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

**Atención personalizada**

Metodologías	Descripción
Seminarios	Orientaciones de cómo elaborar el TFM.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Tutorización individual del TFM por parte del tutor.
Otras	Evaluación del TFM por el Tribunal.

**Evaluación**

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
--	-------------	--------------	------------------------

Trabajos y proyectos Realización de un TFM tutorizado a lo largo del 2º cuatrimestre. 80

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

---

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

---

**Otros comentarios y evaluación de Julio**

---

La defensa en primera convocatoria será el 17/03/2017\*.

La defensa en convocatoria extraordinaria será el 14/07/2017\*.

\* En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web [www.masterturismoourense.es](http://www.masterturismoourense.es) (pestaña área de trabajo).

---

**Fuentes de información**

---

---

**Recomendaciones**

---