



Facultad de Turismo y Finanzas

**M.U. en Dirección y Planificación del Turismo
(R.D.1393/07)**

Memoria de Verificación

2010-2011



MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Universidad solicitante: UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Centro responsable: FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

Versión	Consejo de Gobierno	Implantación / Modificación Sustancial	Año Implantación
V01	29-09-2009	Implantación del Título	2010
V02	-	Actualización para Renovación de la Acreditación	2016
V03	23-03-2022	Actualización del Número de Plazas de Nuevo Ingreso y	2023
	28-06-2022	Reorganización de los itinerarios optativos del título	

Contenido

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2)	3
1.1.- Descripción general	3
1.2.- Justificación del interés del título y contextualización	4
1.3.- Objetivos formativos	20
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2)	22
3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4).....	25
3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión.....	25
3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos	28
3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida	28
4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3)	30
4.1.- Estructura del plan de estudios.....	30
4.2.- Actividades y metodologías Docentes	73
4.3.- Sistemas de evaluación	74
5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5).....	75
5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos Humanos	75
5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios	78
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6)	79
6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.....	82
6.2.- Gestión de las Prácticas externas.....	82
7. Calendario de implantación	83
7.1.- Cronograma de implantación	83
7.2.- Procedimiento de adaptación.....	83
7.3.- Enseñanzas que se extinguen	88
8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10).....	88
8.1.- Sistema interno de garantía de calidad	88
8.2.- Medios para la información pública.....	89

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2)

1.1.- Descripción general

1.1. Denominación del Título		DATOS	
MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO			
1.2. Nivel MECES:	3		
1.3. Rama:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
1.4. Ámbito de conocimiento:	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo		
1.4.a) Universidad Responsable:	Universidad de Sevilla		
1.4.b) Cód. RUCT y denominación del Centro de impartición responsable:	41008258 - Facultad de Turismo y Finanzas		
1.4.c) Centro acreditado institucionalmente	No		
1.6.a) Título conjunto:	No		
1.6.b) Convenio (TC nacional):			
1.6.c) Universidades Participantes:			
1.6.d) Código RUCT y Denominación de los Centros de impartición			
1.7 Menciones/Especialidades (<i>denominación y ECTS</i>):			
1.7.a) Mención dual:	No		
1.7.b) Convenio Mención dual:			
1.8. Número total de créditos:	60 ECTS		
Información Referente al centro en el que se imparte el Título:			
1.9. Modalidad de enseñanza (<i>marcar lo que proceda</i>)	Presencial	Núm. Plazas: 35	
	Híbrida (semipresencial)	Núm. Plazas: 0	
	Virtual (No presencial)	Núm. Plazas: 0	
1.9. Número total de plazas:	35		
1.9.a) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso:	35		
1.8. Idiomas de impartición:	Español		

Las normas de permanencia en el título se encuentran en el siguiente enlace:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/aksoNEGEmWwS99b>

Respecto a los créditos matriculables en régimen de tiempo completo y tiempo parcial, según lo previsto en el [Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla](#), los alumnos cursarán sus estudios, con carácter general, en régimen de dedicación a tiempo completo, pudiendo hacerlo a tiempo parcial si justifican las causas que lo motivan (estudiantes con necesidades académicas especiales, según lo previsto en el artículo 45 del RGAD).

El número de créditos mínimos y máximos de matrícula para cada régimen de dedicación son:

	Tiempo Completo		Tiempo Parcial	
	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima	ECTS Matrícula mínima	ECTS Matrícula máxima
Primer curso	30	60	12	30

Resto de cursos	30	60	12	30
-----------------	----	----	----	----

1.2.- Justificación del interés del título y contextualización

Interés del título y experiencias anteriores.

Experiencias anteriores en la Universidad de Sevilla

Los referentes fundamentales del título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, son, por un lado, la actual titulación de Diplomado en Turismo, por otro, la integración de la Facultad de Turismo y Finanzas en la Red INTUR <https://red-intur.org/>, y, por último, la oferta del posgrado del Centro, de entre la que destaca el Máster en Dirección Hotelera (título propio de la Universidad de Sevilla). Así, la consideración, tanto de los contenidos de las distintas asignaturas de la Diplomatura de Turismo, que se viene impartiendo ininterrumpidamente desde el curso académico 1999-2000 en la Universidad de Sevilla, como del intercambio de información entre las 14 Universidades integrantes en la mencionada red, así como de la experiencia de las cinco ediciones del Máster en Dirección Hotelera, ha permitido la estructuración del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, que una vez autorizado por la Agencia Andaluza de Evaluación (AGAE) ha mantenido una alta demanda y un número promedio de matriculados en torno a las 30 plazas.

Debemos destacar que los trabajos realizados en el seno de dicha Red han permitido analizar el mercado de Máster en el área de turismo, tanto a nivel nacional como internacional; estudiar las necesidades de los futuros egresados, planificar la secuenciación de los estudios; consultar a las asociaciones empresariales sobre las principales necesidades formativas del sector; etc.

Así pues, tanto nuestra propia experiencia en títulos propios de Máster, como las múltiples reuniones organizadas en el seno de la Red INTUR, han sido los referentes básicos para la elaboración de este título.

El perfil que se propone para el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo es académico, pues si bien presenta una orientación generalista en el primer periodo, posteriormente se ofrece una alta especialización en el segundo mediante los tres itinerarios propuestos. Así, se pretende tanto una formación especializada de profesionales de alto nivel aptos para asumir tareas relevantes en la gestión, dirección y planificación en los diferentes tipos de empresas, actividades e instituciones públicas y privadas del sector turístico, como la iniciación a la formación de expertos orientados a la investigación y el desarrollo de conocimientos en el campo de la actividad turística.

En este sentido, hay que destacar la relevancia de la investigación en el sector turístico que acaba de ser puesta de manifiesto por el VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica para el periodo 2008-2011, que en el Área 2, Fomento de cooperación en I+D, identifica el sector Turismo, señalando "El escenario actual sitúa a la industria turística ante retos importantes. En primer lugar, es necesario conseguir un posicionamiento diferencial de la oferta turística española. Al mismo tiempo, es imprescindible mejorar la rentabilidad, ampliando todavía más el impacto económico

y social del turismo, mediante una mejor distribución geográfica y estacional de los flujos turísticos. En todo caso, se debe asegurar el desarrollo de modelos de negocio sostenibles en el uso de los recursos del entorno, y todo ello en una dinámica continua de innovación y desarrollo tecnológico, aportando nuevas y mejores soluciones como factor diferencial de competitividad. Se debe centrar la atención en el análisis de la competitividad y en el crecimiento económico del sector turístico para la mejora e implantación de sistemas y metodologías de gestión empresarial de calidad y medioambientales, en el desarrollo de tecnologías de la información y de las comunicaciones, en la implementación de tecnologías para una gestión sostenible del negocio turístico, así como la innovación de productos turísticos.”

Datos y estudios acerca de la demanda potencial del título y su interés para la sociedad

Los estudios de Turismo están presentes en una cincuentena de universidades españolas, impartándose en más de 70 centros, tanto propios como adscritos. El fuerte incremento de la demanda de la titulación tras la aprobación de la Diplomatura de Turismo, se estabilizó a los pocos años y, en los últimos cursos, tanto la oferta como la demanda, permanecen constantes. El mercado laboral absorbe convenientemente a los nuevos titulados, aunque en los primeros años de vida profesional se está detectando un mayor acceso a puestos de menos calidad y que deberían ser ocupados por egresados de la formación profesional.

Los estudios turísticos presentan como característica básica su carácter multidisciplinar, que les confiere una identidad específica en el ámbito de los estudios de las áreas sociales y jurídicas, que se conectan en esta titulación con las humanidades, y que suponen un reto para un adecuado diseño tanto del Grado en Turismo, como del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

El interés y relevancia del Máster radica, fundamentalmente, en la importancia del sector económico y social al que se dirigirán los futuros egresados. El peso del sector turístico en España y en Andalucía desde el punto de vista económico, social o político está fuera de toda duda. Según los datos facilitados por el Instituto de Estudios Turísticos (dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) España se sitúa en segundo lugar, detrás de Francia y por delante de Estados Unidos, como destino turístico internacional, con más de 58,5 millones de turistas no residentes, a los que es preciso añadir más de 143,4 millones de viajes realizados por los residentes en España, únicamente durante el periodo enero-octubre de 2006. Entre los destinos preferidos por los turistas destacan, en este orden, las Comunidades Autónomas de Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad de Valencia y Madrid. En el año 2006 el gasto medio por turista fue de 875 euros, generando un gasto total de 48.227 millones de euros. En 2006 se produjo un máximo histórico en Andalucía al superar el 14,6% de llegadas del turismo internacional (8,5 millones de turistas), con 7.074 millones de euros de gasto.

En definitiva, la aportación al Producto Interior Bruto del turismo se sitúa en torno al 11-13% del PIB nacional, con una repercusión en el empleo del 12,4% en 2006 (2.686.690 total de activos de la industria turística nacional en dicho año).

Si consideramos ahora el proceso histórico de la formación superior en Turismo, podemos señalar que tiene su origen en 1957, de manos de la iniciativa privada. Estos estudios se inician a nivel oficial con la creación por Decreto de 7 de septiembre de 1963 de la Escuela Oficial de Turismo (adscrita al Ministerio de Información y Turismo) y con la concesión del título de «legalmente reconocido» para los centros de

enseñanza turística de carácter privado. Posteriormente el Título de Técnico de Empresas Turísticas es sustituido por el de Técnico de Empresas y Actividades Turísticas, al que ya se otorgó carácter equivalente a la diplomatura universitaria, conforme determinaba el Real Decreto 865/1980, de 14 de abril. No obstante, la plena incorporación al sistema universitario no se produjo hasta la aprobación del Real Decreto 259/1996, de 16 de febrero, de integración de los estudios superiores de Turismo en la Universidad. El Real Decreto 6094/1996, de 15 de abril, reguló el título oficial de Diplomado Universitario en Turismo y estableció las directrices generales propias para la elaboración de los planes de estudios por las Universidades.

A partir de este momento se produce un doble proceso, por una parte, la Universidad inicia los estudios de Turismo, procediendo a la aprobación de los Planes de Estudios de la Diplomatura de Turismo, y, por otra, se adscriben a la Universidad los centros públicos (Escuelas Oficiales de Turismo, que en su mayoría pasan a integrarse en la Universidad) y centros privados preexistentes.

A partir de finales de los 90 se incentiva el interés de la Universidad por la formación e investigación en el campo del turismo, del que había estado, en gran parte de espaldas hasta ese momento. En estos diez últimos años se producen los siguientes hechos:

- Implantación de la Diplomatura de Turismo en la gran mayoría de Universidades públicas y en numerosas de carácter privado.
- Creación de cursos de doctorado en el ámbito del turismo.
- Cursos de postgrados de especialización, a nivel de Cursos de Experto Universitario y Máster, en diversas Universidades, tales como, Máster en Dirección Hotelera (U. de Sevilla); Máster en Dirección y Gestión Turística (U. Alicante); Turismo Enológico (U. La Rioja); Turismo y Mediación Didáctica del Patrimonio (U. Barcelona); Máster Dirección de Marketing de Empresas Turísticas y Experto en Gestión de Negocios y Destinos Turísticos (U. de Cantabria); Máster en Comunicación y Gestión de Destinos Turísticos (U. de Huelva); etc. Destaca, en este campo, la labor desarrollada durante los últimos años por la Red Interuniversitaria de Postgrado en Turismo (Red-Intur) integrada por un total de 14 Universidades españolas, entre ellas la de Sevilla (Además se encuentran, Oviedo, Islas Baleares, Alicante, Girona, Rovira i Virgili, Zaragoza, La Laguna, Málaga, Santiago de Compostela, A Coruña, Barcelona, Vigo y Valencia) con la finalidad de implantar un Máster en Dirección y Planificación del Turismo con caracteres comunes, permitiendo con ello, un mayor aprovechamiento de los recursos, incentivación de las labores de investigación y publicación en las materias propias del Máster, intercambio de profesores y alumnos, etc. Varias de estas Universidades han puesto en funcionamiento este proyecto bien en el curso 2006-07 (Oviedo, Girona, Rovira i Virgili, La Coruña, Vigo y Santiago de Compostela), bien en el curso 2007-08 (La Laguna, Alicante, Barcelona, Valencia y Zaragoza).
- Creación de grupos de investigación en el campo del turismo, tales como, Turismo y Derecho Público (Universidad Jaime I); Turismo y nuevas dinámicas socioterritoriales en áreas rurales (cinco universidades); Planificación y gestión sostenible del turismo (U. Alicante); Estrategias de Innovación y Desarrollo en la Empresa Turística (U. Huelva); Turismo, patrimonio y desarrollo (U. Complutense de Madrid); Comercio, Turismo y servicios sociales en Andalucía (U. de Sevilla); Dirección de Operaciones en Servicios Turísticos (U. de Sevilla).

- Defensa de más de 400 tesis doctorales en materia de turismo, la mayoría de ellas, correspondientes al último decenio, según la Base de Datos de Tesis Doctorales (TESO), del Ministerio de Educación y Ciencia.

Es precisamente en este marco de potenciación de la presencia de la Universidad en el campo de la formación e investigación en Turismo, en estrecha colaboración con las empresas y entidades públicas del sector turístico, en el que se enmarca el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Relación de la propuesta con las características socioeconómicas de la zona de influencia del título

La relevancia del turismo también destaca de forma notable en nuestra Comunidad Autónoma. Según el “Estudio de impacto económico del turismo IMPACTUR ANDALUCÍA 2005”, llevado a cabo por EXCELTUR (Alianza para la Excelencia Turística), la actividad turística aporta el 12,1% del Producto Interior Bruto, generando 334.077 empleos (directos e indirectos) que representan el 11,1% del empleo en Andalucía.

También en la ciudad de Sevilla, el turismo representa un valor fundamental desde el punto de vista económico y social. Según el Balance anual de 2006 del Turismo de Sevilla que facilita el Ayuntamiento de la ciudad, en 2006 accedieron a Sevilla un total de 2.677.017 turistas, de los que más del 50% ha visitado la ciudad con anterioridad. La estancia media del turista se sitúa entre 4 y 5 días y sus estancias en establecimientos hoteleros proporcionan un total de cerca de 3.000 puestos de trabajo, sólo en este subsector del turismo.

La relevancia económica y social del sector turístico avalan las iniciativas formativas dirigidas a incentivar la máxima profesionalización del turismo y a formar personal de base, mandos medios, gerentes y directivos altamente cualificados que dirijan su actuación hacia la calidad del servicio y a los objetivos de competitividad que marquen las empresas bajo los auspicios de las instancias públicas.

Para el diseño del Máster que se presenta en esta memoria, han sido también importantes puntos de partida tanto la experiencia acumulada por la Facultad de Turismo y Finanzas en la adaptación de la titulación de Turismo al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en los diferentes planes piloto que se vienen sucediendo de forma ininterrumpida desde el año 2004, como la impartición del Máster en Dirección Hotelera, que alcanza su V edición en el presente curso académico.

El resultado de todo ello en cifras concretas, que a continuación se pasan a analizar, permite deducir el grado de consolidación y la fuerte implantación y el potencial de la enseñanza de turismo en el ámbito de influencia territorial de la Universidad de Sevilla.

A nivel estatal comentar que, por un lado, tal y como aparece en la Tabla 1, se observa que la evolución de plazas de nuevo acceso a la Diplomatura de Turismo, desde su implantación, ha experimentado un crecimiento gradual desde el año 1997, representando como se puede comprobar en la Tabla 2 entre casi un 6 y un 8% de los matriculados en formaciones de primer ciclo en las Universidades Españolas. Mientras que, por el lado de la demanda, destacar que el número de alumnos matriculados en el primer curso también ha experimentado una evolución creciente, con tendencia a la estabilización en los últimos cursos académicos.

Tabla 1: Evolución plazas ofertadas en Turismo a nivel de Estado

Curso Académico:	1997-98	1998-99	1999-200	2000-01	2001-02	2002-03
Nº plazas	2.408	4.518	5.428	6.092	6.476	6.169

Fuente: Libro Blanco ANECA.

Tabla 2: Alumnos matriculados en la Diplomatura de Turismo respecto al total de alumnos matriculados en formaciones de primer ciclo en las universidades españolas.

Curso Académico:	2000-01	2001-02	2002-03
% Matriculados en DT	5,73%	6,51%	7,87%

Fuente: Libro Blanco ANECA.

Centrando más el análisis en el ámbito territorial propio, se ofrece a continuación las cifras de matriculados, para los últimos cinco cursos, en la Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla, tanto en la Diplomatura de Turismo como en el Máster en Dirección Hotelera:

DIPLOMATURA EN TURISMO		
CURSO ACADÉMICO	NUEVO INGRESO	TOTAL MATRICULADOS
2004-2005	361	1223
2005-2006	354	1260
2006-2007	360	1310
2007-2008	361	1340
2008-2009	334	1346

MÁSTER EN DIRECCIÓN HOTELERA	
CURSO ACADÉMICO	TOTAL MATRICULADOS
2004-2005	32
2005-2006	35
2006-2007	26
2007-2008	43
2008-2009	37

Respecto a la inserción laboral de los estudiantes de turismo y dado que no se dispone de datos propios, se presentan los resultados obtenidos por un estudio efectuado por la propia ANECA donde, entre otros temas, se analizó la situación laboral de los titulados en turismo y el ámbito en el que estaban trabajando. Dicho informe analizaba diversos grupos de titulados de distintos años de finalización (desde 1997 hasta 2003). Algunas de las conclusiones que se derivaron de este estudio son las siguientes:

- La mayor parte de los titulados en turismo son mujeres de entre 21 y 25 años y cuya vía de acceso a la Universidad es el Bachillerato.
- Un 51,74% de los diplomados en turismo están trabajando en el sector turístico mientras que un 20,85% lo hacen en otra actividad económica.
- La mayor parte de los titulados en turismo (37%) trabajan en empresas de alojamientos (de los cuales un 97% son hoteles).
- El sector de la intermediación recoge a un 23% (de los cuales un 95% trabajan en agencias de viajes).
- El ámbito de productos y actividades ocupa un 11% del total de diplomados (congresos, museos y guías entre otros).
- Del total de titulados que trabajan en el sector de transportes, las compañías aéreas copan el 62% del total.
- La situación laboral de los titulados mejora notablemente a medida que adquieren experiencia.
- Aquéllos que finalizaron sus estudios hace tres años o más trabajan en un 89,17% de los casos.
- Un 65,42% de los titulados que se incorporaron al mercado laboral hace tres años o más trabajan en el sector turístico y de los que se graduaron en los años 2002 y 2003 un 82,46% y un 72,27% respectivamente han elegido la actividad turística como profesión para el comienzo de su vida laboral.
- Del total de titulados que no trabajan, tan sólo un 6,67% de los que terminaron la Diplomatura hace tres años o más está en paro.
- La valoración que los diplomados en turismo han hecho acerca de la titulación ha sido muy positiva, destacando la utilidad de las prácticas y el buen provecho de los esfuerzos realizados.
- Un 43% de los titulados ha realizado estudios posteriores y las razones mayoritarias han sido la de ampliar conocimientos y la de mejorar sus oportunidades de empleo.
- Los principales estudios que cursan los diplomados en turismo con posterioridad a su carrera son en su mayoría referentes a este mismo sector (turístico) y después los específicos de idiomas y estudios empresariales.

Cabe decir que desde la implantación de los estudios de Turismo en nuestro Centro, aunque no se dispone de cifras ni estadísticas de inserción laboral de nuestros egresados, por la corta trayectoria de la titulación, la vinculación y relación profesional con el territorio y empresarios turísticos públicos y privados de la zona está más que consolidada y está siendo muy positiva y fructífera, como se demuestra en la continuidad de la oferta de prácticas en empresas e instituciones turísticas del entorno que se ofrecen a la totalidad de alumnos matriculados en el tercer curso.

Todas estas cifras y consideraciones justifican la necesidad e interés de un Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo en la Universidad de Sevilla.

Referentes externos:

Para elaborar el plan de estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo se han utilizado diversos referentes, entre los que destacamos los siguientes:

Normativa estatal

- Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades.
- Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades.
- REAL DECRETO 1125/2003, de 5 de Septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.
- REAL DECRETO 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título.
- REAL DECRETO 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- REAL DECRETO 1509/2008, de 12 de septiembre, por el que se regula el Registro de Universidades, Centros y Títulos.

Normativa autonómica

- Acuerdo de la Comisión Académica del Consejo Andaluz de Universidades de 28 de marzo de 2008.

Referentes Nacionales

Uno de los referentes es el Libro Blanco de Turismo de la ANECA que resultó a raíz del trabajo de las universidades que imparten turismo a nivel nacional: Universidad de Alcalá, Universidad Alfonso X el Sabio, Universidad de Alicante, Universidad de Almería, Universidad Antonio de Lebrija, Universitat Autònoma de Barcelona, Universidad Autónoma de Madrid, Universitat de Barcelona, Universidad de Cádiz, Universidad de Cantabria, Universidad Carlos III, Universidad Católica San Antonio de Murcia, Universidad Complutense de Madrid, Universidad da Coruña, Universidad de Deusto, Universidad Europea de Madrid, Universidad de Extremadura, Universitat de Girona, Universidad de Granada, Universidad de Huelva, Universitat de les Illes Balears, Universidad de Jaén, Universitat Jaume I de Castelló, Universidad de La Laguna, Universidad de La Rioja, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Universidad de Lleida, Universidad de Málaga, Universidad Miguel Hernández, Universidad de Murcia, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Oviedo, Universidad Politécnica de Cartagena, Universidad Politécnica de Valencia, Universitat Pompeu Fabra, Universitat Ramon Llull, Universidad Rey Juan Carlos, Universitat Rovira i Virgili, Universidad S.E.K., Universidad de Salamanca, Universidad de Sevilla, Universidad de Valencia, Universidad de Valladolid, Universitat de Vic, Universidad de Vigo y Universidad de Zaragoza.

Otro referente fundamental para la estructuración del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, ha sido la Red INTUR. En dicha Red participan las siguientes Universidades: Universidad de Oviedo, Universitat de les Illes Balears, Universidad de la Laguna, Universidad de Sevilla, Universidad de

Zaragoza, Universitat de Girona, Universitat Rovira i Virgili, Universidad de Santiago, Universidad de Alicante, Universidad da Coruña, Universitat de Barcelona, Universitat de Valencia, Universidad de Vigo y Universidad de Málaga

Igualmente, la Universidad de Sevilla encargó un proyecto de análisis estratégico para la convergencia europea que contemplaba entre sus objetivos valorar para cada una de las titulaciones las competencias genéricas que los empleadores y agentes sociales consideraban básicas en la formación de los estudiantes universitarios. En dicho estudio participaron tanto empleadores públicos y privados, como poderes públicos, colegios profesionales y asociaciones de diverso tipo. Las conclusiones de ese estudio han servido de base para orientar las propuestas de título.

Referentes europeos

El análisis de la formación universitaria en materia de turismo en Europa pone de manifiesto que, en la mayor parte de los países desarrollados, incluido Estados Unidos y Canadá, el sistema educativo en materia de turismo contempla una diversidad de fórmulas con respecto a la posibilidad de cursar estudios superiores. De hecho, se puede hablar de sistemas complejos, consolidados y con prestigio en la mayor parte de ellos. Tanto es así que se puede afirmar que el nivel de implantación de los estudios superiores en turismo en Europa, incluido el doctorado, es muy elevado.

En su estudio sobre la formación turística en Francia, J. CLAIS (1995) llega a la conclusión de que la formación ofrecida es tan heterogénea que es difícil poder llegar a conocer todo el abanico de la oferta existente. En este mismo sentido, el profesor HOLLOWAY, directivo del National Liason Group, lamenta la dispersión de criterios formativos en Gran Bretaña donde no hay troncalidad común para todas las universidades que imparten estudios superiores de turismo. Esta circunstancia divide a la opinión académica entre los docentes que consideran imprescindible establecer criterios de troncalidad común para los estudios turísticos y los que se centran en el criterio de la diversidad para individualizar el curriculum de los alumnos egresados.

En Francia, con posterioridad al nivel equivalente de la Diplomatura, el sistema formativo en turismo permite la posibilidad de cursar unos estudios equivalentes a Licenciatura. También pueden seguirse otros estudios de segundo ciclo, de carácter más técnico, en los Instituts Universitaires Professionnalisés (IUP) dependientes de las Universidades. Existe también el tercer ciclo orientado a una mayor especialización y a la formación para la búsqueda en turismo. Además del Doctorado académico propiamente considerado, el tercer ciclo incorpora un título de carácter profesional con una duración de un año: Diplome de Etudes Superieures Specialisees.

En Gran Bretaña, las titulaciones en turismo son múltiples y variadas. Se trata de un sistema flexible en el que la formación turística ha sido considerada siempre de nivel universitario. La división de los estudios universitarios en dos niveles, Undergraduate y Postgraduate Studies, condiciona la estructura de la educación superior en turismo. El primer nivel, con una duración de tres o cuatro años, equivale a una diplomatura o licenciatura universitaria de las tradicionales, mientras que los estudios de postgrado incluyen los cursos de Máster, de uno o dos años de duración y con contenidos especializados. Un tercer nivel de estudios se vincula al doctorado.

La experiencia europea con estudios de postgraduado y doctorado demuestra que la enorme complejidad del fenómeno turístico requiere profesionales con un conocimiento global y de gran alcance

de las múltiples disciplinas y ciencias sociales relacionadas con la materia. Los conocimientos adelantados en gestión estratégica, marketing, planificación del territorio, economía y finanzas, tecnologías de la información, legislación, etc., son primordiales para tomar decisiones de manera efectiva y competente en cualquier trabajo relacionado con el turismo. Para poder responder a las necesidades constantemente cambiantes de los turistas hace falta reunir un alto nivel de profesionalidad y competencia. Los responsables de la dirección y la gestión de organizaciones turísticas, así como aquellas personas que trabajan en niveles directivos medios y altos deben poseer unas capacidades técnicas, interpersonales e intelectuales avanzadas. Por ello se hace necesario desarrollar un título de Máster que proporcione conocimientos elevados de las diversas disciplinas que intervienen o explican la actividad turística y que resulte compatible con el desarrollo de competencias profesionales específicas.

En este contexto, tal y como ha reconocido la misma Organización Mundial del Turismo en un seminario dedicado a la creación “de estructuras para la política turística y la gestión de destinos” (Madrid, junio de 2004), hace falta aplicar las técnicas de gestión del conocimiento que en otros ámbitos de actividad ya son comunes y que implican, de hecho, la transferencia de conocimiento entre todos los agentes implicados en la actividad. La gestión del conocimiento significa la creación y transmisión de nuevos valores a partir de los intangibles que tienen a su disposición los diferentes agentes que participan en una actividad. En turismo, buena parte del conocimiento existente es tácito.

Para esbozar los contenidos y enfoques, en sus tres itinerarios, se ha consultado la experiencia previa adquirida en otras Universidad internacionales. Particularmente en las siguientes:

Alemania:

Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Fachhochschule Eberswalde
Fachhochschule Heilbronn Hochschule für Technik und Wirtschaft
Fachhochschule Kempten
Fachhochschule München
Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland/Wilhelmshaven
Fachhochschule Stralsund
Fachhochschule Westküste Hochschule für Wirtschaft und Technik
Fachhochschule Worms
Hochschule Bremen
Hochschule Bremerhaven
Hochschule Harz Hochschule für angewandte Wissenschaften
Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes
Hochschule Zittau/Görlitz
International School of Management Dortmund
Internationale Fachhochschule Bad Honnef-Bonn
Universität Lüneburg

Àustria:

Fachhochschule Salzburg
Fachhochschule-Studiengänge der Wiener Wirtschaft
IMC Fachhochschule Krems
International Institute of Tourism and Management
Tourismusschulen der Wirtschaftskammer Wien
Universität Klagenfurt

Wirtschaftsuniversität Wien

Belgica :

Haute École Charlemagne (Liège)

Hogeschool Limburg

Plantijn Hogeschool (Antwerpen)

Haute École Roi Baudoin (ISFEC) (Mons / La Louvière)

Francia :

Institut Limayrac (Toulouse)

IUT Périgueux

Lycée La Colline (Montpellier)

Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand II)

Université Cergy-Pontoise

Université d'Angers

Université Catholique de l'Ouest

Université de Pau et des Pays de l'Adour

Université de Perpignan

Université de Savoie

Université de Toulouse-Le Mirail

Université Paul Cézanne (Aix-Marseille III)

Université d'Evry Val d'Essone

Université de Bretagne Occidentale

Università di Corsica Pasquale Paoli

Université de Marne-la-Vallée

Université de Montpellier I

Université de Nantes

Université Nice Sophia Antipolis

Université de Poitiers

Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

Université Michel de Montaigne Bordeaux 3

Université Paris X Nanterre

Université Paris Nord (Paris XIII)

Université Paris Dauphiné

Université René Descartes-Paris 5

Italia:

Università degli Studi di Firenze

Università degli Studi di Perugia

Università degli Studi del Piemonte Orientale Amedeo Avogadro

Università degli Studi di Torino

Università della Valle d'Aosta

Università dell'Insubria

Università degli Studi di Bergamo

Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Università degli Studi di Pavia

Università degli Studi di Udine

Università degli Studi di Trieste

Università degli Studi di Padova

Università di Bologna

Università di Pisa

Università degli Studi di Siena
Università degli Studi di Sassari
Università degli Studi di Cagliari
Università di Catania
Università Politecnica delle Marche
Università degli Studi di Macerata
Università degli Studi di Teramo
Università degli Studi dell'Aquila
Università degli Studi del Molise
Università degli Studi di Cassino
Università degli Studi di Roma-La Sapienza
Università degli Studi di Roma-Tor Vergata
Università degli Studi di Sannio
Università degli Studi di Napoli Federico II
Seconda Università degli Studi di Napoli
Università degli Studi Suor Orsola Benincasa-Napoli
Università degli Studi di Foggia
Università degli Studi di Bari
Università della Calabria

Portugal:

Instituto Politécnico da Guarda
Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo
Universidade Católica Portuguesa
Universidade de Aveiro
Universidade de Évora
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
Universidade do Algarve
Universidade Internacional
Universidade Lusíada de Lisboa
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Reino Unido:

University of Abertay Dundee
Anglia Ruskin University
Basinstoke College of Technology
Bath Spa University
Bell College
Birmingham College of Food, Tourism and Creative Studies (Univ. of Birmingham)
Blackburn College: East Lancashire Institute of Higher Education
Blackpool and The Fylde College An Associate College of Lancaster
The University of Bolton
Bournemouth University
The University of Bradford
Bradford College: An Associate College of Leeds Metropolitan University
Bristol, City of Bristol College
University of the West of England
University of Brighton
Brockenhurst College
Buckinghamshire Chilterns University College
University of Central Lancashire

Canterbury Christ Church University
Cardiff Metropolitan University
University of Chester
Chesterfield College
Chichester College
University of Chichester
Cornwall College
Coventry University
De Montfort University
University of Derby
University of East London
University of Glamorgan
University of Glasgow
Glasgow Caledonian University
University of Gloucestershire
University of Greenwich
Harper Adams University College
University of Hertfordshire
University of Huddersfield
University of Hull
University of Kent
Leeds Metropolitan University
University of Lincoln
Liverpool Hope University
Liverpool John Moores University
London Metropolitan University
University of Luton
The University of Manchester
Manchester Metropolitan University
Napier University
University of Northampton
University of Northumbria at Newcastle
Oxford Brookes University
University of Paisley
University of Plymouth
University of Portsmouth
The Robert Gordon University
The University of Salford
Sheffield Hallam University
Sheffield Hallam University
Sheffield College
Staffordshire University
The University of Stirling
The University of Strathclyde
University of Sunderland
University of Surrey
University of Teesside
University of Ulster
Travel and Tourism Studies
University of the Arts London
The University of Wales, Aberystwyth
The University of Wales, Bangor

University of Westminster
Westminster Kingsway College
University of Wolverhampton
University of Winchester
University of Worcester

República de Irlanda:

Athlone Institute of Technology
Cork Institute of Technology
Galway-Mayo Institute of Technology
Institute of Technology (Dublin)
Shannon College of Hotel Management
Institute of Technology (Tralee)

Suiza:

César Ritz Colleges Switzerland
Haute École Valaisanne / École Suisse de Tourisme
Université de Lausanne (École des Hautes Études Commerciales)
Universität Bern

Destacamos, igualmente, en relación con la futura colaboración y proyección internacional del Máster en Dirección y Planificación del Turismo, las Universidades Europeas con las que actualmente la Facultad de Turismo y Finanzas mantiene convenio de colaboración, en el marco de programas comunitarios:

Alemania

Technische Univesität Braunschweig
University of Applied Sciencies
Westsäächsische Hochschule Zwickau (Fh)

Bélgica

Haute Ecole Charlemagne
Haute Ecole EPHEC

Finlandia

Jyvlaskyla Politechnic

Francia

Université Blaise Pascal Clermont Ferrand
Université Claude Bernard Lyon I -Ucbl
Universite Paul Sabatier Toulouse Iii
Universite de Rennes 1

Holanda

University of Amsterdam

Italia

Università di Bologna

Università degli Studi dell'Insubria

Polonia

Catholic University of Lublin
Szkoła Główna Handlowa W Warszawie
Warsaw School of Economics

Portugal

Universidad de Setúbal

Reino Unido

Liverpool John Moores University
Manchester Metropolitan University
Aston University
Manchester Metropolitan University

República Checa

Zapadeceská Univerzita v Plzni
University of West Bohemia in Pilsen

Turquía

Akdeniz University
Kocaeli Üniversitesi

Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.

Descripción de los procedimientos de consulta internos:

Colectivos y órganos representativos implicados: Junta de Escuela, Comisión Delegada de Planes de Estudios, Grupos de Trabajo del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, departamentos, profesorado, alumnado y personal de administración y servicios.

Descripción del procedimiento:

1. A instancias de la Dirección de la Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla, se constituye el Grupo de Trabajo del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo el 23 de enero de 2007.
2. Después de diversas reuniones, el Grupo de Trabajo traslada a la Dirección del Centro la propuesta de memoria del Máster el 23 de mayo de 2007.
3. La Junta de Centro, en su sesión de 14 de diciembre de 2007 ratifica la memoria del Máster.
4. La Agencia Andaluza de Evaluación (AGAE) remite informe favorable del Máster en Dirección y Planificación del Turismo, lo que permite su impartición en el curso académico 2008-2009.

5. A instancias de la Dirección del Centro, se reúne de nuevo el Grupo de Trabajo el 10 de enero de 2008, que después de diversas reuniones, entre la que destaca la realizada con todos los coordinadores de las asignaturas que conforman el Máster, remite a la Dirección del Centro el 17 de abril de 2008 las Normas de Funcionamiento del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

6. La Junta de Centro, en su sesión de 10 de junio de 2008 ratifica las Normas de Funcionamiento del Máster

7. La Comisión Delegada del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo (formada por profesores, alumnos, personal de administración y servicios y representantes de la Delegación Provincial de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía), en sesión celebrada el 21 de noviembre de 2008 nombra un nuevo Grupo de Trabajo para abordar el proceso de verificación del Máster.

8. Después de diversas reuniones, el Grupo de Trabajo traslada a la Comisión Delegada del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo la propuesta de memoria de verificación del Máster el 17 de Febrero. Dicha Comisión, aprueba el documento definitivo de verificación el 24 de Febrero, remitiéndolo a la Dirección del Centro.

9. La Dirección del Centro difunde la memoria de verificación del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo a todos los miembros de la Facultad de Turismo y Finanzas a través de correo electrónico.

10. La Comisión Delegada del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo, en su sesión de 31 de Marzo, analiza las sugerencias recibidas a la memoria de verificación del Máster, y remite documento definitivo a la Dirección del Centro.

11. La Junta de Centro, en su sesión de 22 de Abril ratifica la memoria de verificación del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

Descripción de los procedimientos de consulta externos:

Documentación elaborada en el seno de la Red INTUR, integrada por 14 Universidades, en la que se ha analizado el mercado de Máster en el área de turismo, tanto a nivel nacional como internacional, estudiado las necesidades de los futuros egresados, planificado la secuenciación de los estudios, y consultado a las asociaciones empresariales sobre las principales necesidades formativas del sector. Además, la Delegación Provincial de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía ha formado parte de la Comisión Delegada del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Justificación de la modificación.

Desde hace varios cursos la preferencia del alumnado del Máster por las asignaturas optativas del itinerario de Calidad ha ido disminuyendo de forma muy intensa. En los últimos cursos esta cuestión ha quedado reflejada en los procesos de matrícula y ha sido señalada explícitamente por los coordinadores del Máster, por la Comisión Académica del mismo y por el profesorado en sus reuniones de claustro que se celebran anualmente.

De forma paralela, en las evaluaciones que se han realizado de este título y en informes de la DEVA en los que ha participado la Facultad de Turismo y Finanzas sobre el futuro de la formación en turismo se

han especificado una serie de habilidades y competencias que están demandando las empresas, las administraciones públicas y el mercado y que están conectadas con la digitalización, con el análisis de grandes volúmenes de datos y con el turismo inteligente.

Derivado del problema planteado y de la oportunidad detectada, el Equipo Decanal de la Facultad inició un proceso de diálogo con los implicados (básicamente empleadores, departamentos y profesorado) para mejorar el diseño de las optativas del título, de forma que se adaptase mejor a la demanda del mercado respecto a los egresados de este tipo de máster. Este proceso ha cristalizado en un conjunto de cambios en esas asignaturas optativas y han sido informados positivamente y aprobados por los órganos encargados del diseño de la formación en la Facultad de Turismo y Finanzas.

En concreto, las modificaciones de la memoria de verificación que se proponen han sido aprobadas por la Junta de la Facultad de Turismo y Finanzas y previamente habían obtenido el informe favorable de la Comisión de Seguimiento del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo y de su Comisión Académica. Posteriormente se han sometido a la aprobación de la Comisión de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla, la Comisión Académica y del Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla. En resumen, se señala la desaparición de un itinerario de optativas (Gestión Integral de la Calidad en el Sector Turístico) y la aparición de un itinerario de optativas nuevo (Turismo Inteligente) y la reordenación de asignaturas optativas con un grupo que desaparecen, la incorporación de otras nuevas y el cambio de otras más. Todos estos cambios y su concreción en el Plan de Estudios, en la estructura del mismo y en las fichas de las asignaturas se recogen como modificación de la memoria de verificación.

Por otra parte, diferentes razones han llevado a modificar el número de plazas de nuevo ingreso, pasando de las 30 recogidas inicialmente en la memoria a 35. El principal motivo es la alta demanda de la titulación (las peticiones en primera preferencia fueron 155 en el curso 2020/2021). El segundo motivo es que la preferencia de los estudiantes entre los itinerarios es inestable y la normativa de mantenimiento de las optativas de la Universidad de Sevilla podría poner en peligro la existencia misma de algún itinerario, por lo que, al contar con cierto margen de maniobra en el número total de alumnos, se garantiza un mayor grado de estabilidad. El tercer motivo está ligado a los desajustes que se producen entre el proceso de selección de los interesados por parte del Distrito Único Andaluz y el proceso real de matrícula. Ese desajuste genera que se queden algunas plazas finalmente sin cubrir a pesar de la alta demanda de los estudios. A esto hay que añadir los casos de los alumnos extranjeros que no culminan el proceso de entrada por problemas burocráticos o de visados.

Este necesario incremento del número de plazas de nuevo ingreso se ve a su vez limitado por las metodologías empleadas en el máster, con un alto nivel de participación del alumnado y que exige el trabajo con grupos poco numerosos. Para atender a todas estas consideraciones, se ha decidido un incremento moderado del número de plazas de nuevo ingreso, pasando de 30 a 35.

Por tanto, la presente propuesta de modificación de la memoria de verificación obedece a la necesidad de actualizar el número de plazas recogidas en la memoria de verificación del título, ya que, en este caso, el dato que aparece es el de la previsión que se hizo en el momento de la implantación del mismo en el año 2010 que fue de 30 plazas para los primeros cuatro años.

Desde el curso 2019/20, como puede verse en la tabla que aparece a continuación, se han ido aprobando en Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla 35 plazas.

Por otro lado, según indicaciones de la Secretaría General de Universidades, las plazas recogidas en las memorias de verificación de los planes de estudios que constan en el RUCT son aquellas que son tenidas en cuenta para autorizar la oferta de plazas anual y el aumento del número de plazas que suponga un incremento del 10% acordado por la CGPU tiene que realizarse mediante el procedimiento de modificación del plan de estudios establecido en la normativa vigente. Por ello, siguiendo el procedimiento para la modificación sustancial de los planes de estudios impartidos en centros universitarios no acreditados institucionalmente establecido en el artículo 32 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, iniciamos el procedimiento de modificación del presente plan de estudios ante el Consejo de Universidades.

Por todo ello, se propone una oferta de 35 plazas.

Se hace constar que la Universidad de Sevilla dispone de recursos humanos y materiales suficientes para impartir el número de plazas propuesto, tal y como se ha venido demostrando a desde el curso 2019/20 desde el que se vienen ofertando 35 plazas. En este mismo sentido cabe destacar que en este periodo el título ha renovado su acreditación dos veces, mediante Resoluciones del Consejo de Universidades de fechas 15/12/2016 y 17/09/2020.

	Número de plazas aprobadas
Curso	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo
2010/11	30
2011/12	30
2012/13	30
2013/14	30
2014/15	30
2015/16	30
2016/17	30
2017/18	30
2018/19	30
2019/20	35
2020/21	35
2021/22	35
2022/23	35

1.3.- Objetivos formativos

En consonancia con el perfil académico y los comentarios señalados anteriormente, se pueden establecer los siguientes objetivos generales:

- La preparación especializada de profesionales capacitados para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en la gestión de empresas, actividades e instituciones del sector turístico.

- Máxima capacitación profesional posibilitando asumir la capacidad de respuesta ante las exigencias de sostenibilidad, diversidad, competitividad y calidad propia de los productos y del conjunto del mercado turístico nacional e internacional.
- Formación técnica que permita la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para la implantación, desarrollo y gestión de actividades empresariales turísticas, así como servicios públicos e instalaciones e infraestructuras de carácter turístico.
- Incorporación de sistemas y tecnologías informáticas avanzadas para la gestión y dirección de actividades, establecimientos y destinos turísticos.
- La implantación efectiva del Doctorado en turismo, paso fundamental ante la importancia económica y social del turismo en España, completando, de este modo, la plena inserción de los estudios superiores de turismo en la Universidad, proceso iniciado en 1996, con la regulación de la Diplomatura en Turismo.
- Incremento sustancial de la innovación y desarrollo en el campo del turismo.
- Desarrollar un modelo de currículo académico completo y complejo que apueste por el carácter multidisciplinar de la formación turística en el seno de la Universidad.
- Plena adaptación del nivel de los estudios universitarios de turismo en nuestro país al existente en el seno de la Unión Europea y otros países de nuestro entorno, culminando el proceso iniciado con la equivalencia a diplomatura universitaria en 1980 y la integración en el sistema universitario en 1996.
- Alcanzar la normalización de los estudios superiores de turismo con la correspondiente a otros ámbitos de la formación de otros sectores económicos y profesionales.
- Desarrollo de perfiles de especialización en áreas que permitan tener en cuenta las necesidades de innovación que precisa la gestión empresarial y los nuevos sistemas de gestión.

Los aspectos estructurales que componen la base de este Máster proceden de la integración de la Facultad de Turismo y Finanzas en la Red INTUR, <http://www.red-intur.org>, junto con otras 14 Universidades, cuyo objetivo fundamental ha sido, precisamente, la puesta en funcionamiento del Máster en Dirección y Planificación del Turismo. De esta forma se ha producido un intercambio de información entre las Universidades integrantes en la red que ha permitido analizar el mercado de Máster en el área de turismo, tanto a nivel nacional como internacional; estudiar las necesidades de los futuros egresados, planificar la secuenciación de los estudios; consultar a las asociaciones empresariales sobre las principales necesidades formativas del sector; etc.

Por otra parte, se ha tenido en cuenta el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), en el que se garantizará que los estudiantes egresados:

- 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.
- 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.

- Sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Hayan demostrado una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
- Hayan demostrado la capacidad de concebir, diseñar y poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.
- Hayan realizado una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial, del que parte merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional.
- Sean capaces de realizar un análisis crítico, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
- Se les suponga capaces de comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento.
- Se les suponga capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.

Asimismo, el establecimiento de dichas competencias se atiene a las normas y regulaciones vigentes respecto a los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. Para ello, se pondrán en marcha los medios que el Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria tiene previstos para la atención a estudiantes con necesidades educativas especiales que pueden consultarse en la dirección electrónica <https://sacu.us.es/>. Las garantías de igualdad de género están supervisadas por la Unidad para la Igualdad, una instancia recientemente constituida en la Universidad de Sevilla encargada de vigilar las mismas y promover políticas de igualdad.

2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2)

Código <i>(C/COM/HD)</i>	Descripción	Tipo <i>(Conocimientos o contenidos (C) / Competencias (COM) /Habilidades o Destrezas (HD))</i>
C01	Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística	<i>Conocimientos o contenidos</i>
C02	Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión	<i>Conocimientos o contenidos</i>
C03	Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos	<i>Conocimientos o contenidos</i>
C04	Conocer las políticas que afectan al destino	<i>Conocimientos o contenidos</i>
C05	Conocer las técnicas de dirección empresarial	<i>Conocimientos o contenidos</i>
C06	Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos	<i>Conocimientos o contenidos</i>

C07	Conocer los principios de la gestión sostenible	<i>Conocimientos o contenidos</i>
COM01	Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas	<i>Competencias (COM)</i>
COM02	Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías	<i>Competencias (COM)</i>
COM03	Definir prioridades en la consecución de objetivos	<i>Competencias (COM)</i>
COM04	Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino	<i>Competencias (COM)</i>
COM05	Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística	<i>Competencias (COM)</i>
COM06	Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico	<i>Competencias (COM)</i>
HD01	Aplicar instrumentos de planificación	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD02	Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD03	Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD04	Diseñar productos y emprender proyectos turísticos	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD05	Entender el destino turístico como sistema	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>

El cuadro anterior indica los resultados del proceso de formación y de aprendizaje derivados del diseño común del Máster a partir del acuerdo que se tomó en la REDINTUR con otras 14 universidades que iban a impartir el título.

En la Tabla siguiente se detallan por separado el conjunto de habilidades y destrezas de carácter más transversal y las obligatorias que se incluyen en la memoria de verificación del título.

Código <i>(C/COM/HD)</i>	Descripción	Tipo <i>(Conocimientos o contenidos (C) / Competencias (COM) / Habilidades o Destrezas (HD))</i>
HD06	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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD07	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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>

HD08	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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD09	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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD10	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.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD11	Capacidad de análisis y síntesis	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD12	Capacidad de organizar y planificar	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD13	Comunicación oral y escrita en la lengua nativa	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD14	Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD15	Resolución de problemas	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD16	Toma de decisiones	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD17	Capacidad de crítica y autocrítica	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD18	Habilidades para trabajar en grupo	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD19	Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD20	Compromiso ético	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD21	Capacidad para aplicar la teoría a la práctica	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD22	Capacidad para un compromiso con la calidad ambiental	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD23	Habilidades de investigación	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD24	Capacidad de aprender	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD25	Capacidad de adaptación a nuevas situaciones	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD26	Capacidad de generar nuevas ideas	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD27	Habilidad para trabajar de forma autónoma	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>

HD28	Planificar y dirigir	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD29	Iniciativa y espíritu emprendedor	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD30	Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD31	Sean capaces de 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	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD32	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	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD33	Sean capaces de comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados de un modo claro y sin ambigüedades	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD34	Posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD35	Habilidades elementales en informática	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>

3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4)

3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente? Sí

3.1.b)-PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

La Universidad de Sevilla no dispone de una normativa específica propia sobre el acceso y admisión a los títulos de Máster Universitario, dado que, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único, según dispone el artículo 73 del DECRETO LEGISLATIVO 1/2013 de 8 de enero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Andaluza de Universidades.

A. Requisitos de acceso

En el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, se indica lo siguiente en relación con los criterios de acceso a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario:

“1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.

2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.”

B. Admisión

Por otra parte, en el mismo artículo 18 del Real Decreto 822/2021, se indica lo siguiente en relación con los procedimientos de admisión a las enseñanzas oficiales de Máster Universitario:

“3. Las universidades garantizarán una información transparente y accesible sobre los procedimientos de admisión, y deberán disponer de sistemas de orientación al estudiantado. Asimismo, asegurarán que dicha información y los procedimientos de admisión tengan en cuenta al estudiantado con discapacidad o con necesidades específicas, y dispondrán de servicios de apoyo y asesoramiento adecuados.

4. Las universidades podrán excepcionalmente establecer, a partir de normativas específicas aprobadas por sus órganos de Gobierno, procedimientos de matrícula condicionada para el acceso a un Máster Universitario. Esta consistirá en permitir que un o una estudiante de Grado al que le reste por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS, podrá acceder y matricularse en un Máster Universitario, si bien en ningún caso podrá obtener el título de Máster si previamente no ha obtenido el título de Grado. Las universidades garantizarán la prioridad en la matrícula de los y las estudiantes que dispongan del título universitario oficial de Graduada o Graduado. En este procedimiento podrán ser tenidos en cuenta los créditos pendientes de reconocimiento o transferencia en el título de Grado, o la exigencia de superación de un determinado nivel de conocimiento de un idioma extranjero para la obtención del título.

5. Las universidades o los centros regularán la admisión en las enseñanzas de Máster Universitario, estableciendo requisitos específicos y, en caso de ser necesarios, complementos formativos, cuya carga en créditos no podrá superar el equivalente al 20 por ciento de la carga crediticia del título. Los créditos de complementos formativos tendrán la misma consideración que el resto de los créditos del plan de estudios del título de Máster Universitario.

6. Las universidades reservarán, al menos, un 5 por ciento de las plazas ofertadas en los títulos universitarios oficiales de Máster Universitario para estudiantes que tengan reconocido un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento, así como para estudiantes con necesidades de apoyo educativo permanentes asociadas a circunstancias personales de discapacidad, que en sus estudios anteriores hayan precisado de recursos y apoyos para su plena inclusión educativa”

Como ya se ha indicado, de acuerdo con las previsiones del Art. 75 de la Ley 15/2003 Andaluza de Universidades, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades

públicas andaluzas se constituyen en un distrito único. En consecuencia, los procesos de admisión de alumnos se realizan de acuerdo con los criterios que establezca la Comisión de Distrito Único Andaluz, considerándose en los mismos la existencia de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad. En la siguiente página web se puede consultar toda la documentación del proceso:

(<https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit/?q=masteres>)

Según las disposiciones del Distrito Único Universitario de Andalucía por las que se establece el procedimiento para el ingreso en los Másteres universitarios, el criterio de prelación en la adjudicación de plazas tendrá en cuenta “los requisitos de admisión y los criterios en el orden de preferencia que para cada Máster se haya establecido en la correspondiente memoria de implantación, o en su defecto, por la Comisión Académica correspondiente”.

La Comisión Académica del Máster establecerá y aplicará los criterios de selección, siempre respetando los principios de mérito e igualdad de oportunidades.

Adicionalmente y en atención a lo dispuesto en el apartado 5 anterior la Comisión del Distrito Único Andaluz ha adoptado el siguiente acuerdo:

Resolución de 25 de mayo de 2022, de la Dirección General de Universidades, por la que se hace público el Acuerdo de 17 de mayo de 2022, de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, por el que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de máster universitario de las universidades públicas andaluzas, conforme a lo previsto en el artículo 18.4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

Igualmente, en relación con el procedimiento de admisión en los másteres del ámbito de la Ingeniería y la Arquitectura, ha adoptado el siguiente acuerdo:

Resolución de 25 de mayo de 2022, de la Dirección General de Universidades, por la que se hace público el Acuerdo de 17 de mayo de 2022, de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, por el que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de grado y máster vinculados en los programas académicos con recorridos sucesivos aprobados en el seno de las universidades públicas de Andalucía, conforme a lo previsto en la disposición adicional novena del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad

Teniendo en cuenta el conjunto de materias que conforman el presente máster, los alumnos/as deben haber cursado alguna de las siguientes titulaciones: graduado o diplomado en turismo; graduado o licenciado en administración y dirección de empresas; graduado o licenciado en economía; graduado o licenciado en investigación y técnicas de mercado; diplomado en ciencias empresariales; graduado en finanzas y contabilidad; licenciado o graduado en geografía; licenciado o graduado en historia; licenciado o graduado en historia del arte; y demás títulos afines.

Las plazas ofertadas se distribuyen del siguiente modo: titulados que han cursado sus estudios de turismo en España; egresados de otras titulaciones en España, entre las cuales tendrán preferencia los Graduados en Finanzas y Contabilidad; además se reservarán plazas a titulados universitarios que hayan cursado sus estudios

en universidades extranjeras, contando en este caso con la máxima preferencia los estudiantes procedentes de Universidades de la Unión Europea, seguidos de los estudiantes en universidades latinoamericanas. La distribución concreta de cada uno de los bloques de plazas se ofertará cada curso a través del Distrito Único Andaluz y aparecen actualizadas en la web: <https://ftf.us.es/titulaciones/MUDPT>

La baremación de acceso es la siguiente: el 50% se corresponde con la calificación media de las asignaturas que integran el título que da acceso al Máster, el 30% en función de la experiencia profesional, y el resto atendiendo a su currículum académico adicional. Esta información, con el detalle que da lugar a la calificación final, así como el enlace para realizar la preinscripción, se muestra en: <https://ftf.us.es/titulaciones/MUDPT>.

4. Perfil de ingreso recomendado

Dado el carácter multidisciplinar del Máster, siempre es recomendable una buena base en Lengua Española, Lengua Extranjera, Historia del Arte, Geografía y Literatura. Adicionalmente, pueden apuntarse una serie de características y habilidades deseables en el estudiante que desee cursar la titulación, tales como:

- Carácter sociable y extrovertido.
- Interés por las diferentes culturas del mundo.
- Sensibilidad por los temas sociales.
- Interés por las actividades recreativas
- Capacidad para las relaciones personales
- Dotes comerciales
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de acción e iniciativa
- Facilidad para la comunicación
- Facilidad para los idiomas.
- Iniciativa y espíritu emprendedor.

3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos

El enlace a la Normativa reguladora de Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Sevilla es el siguiente: <https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/yKP4Fx4pyKCC848>

Tipos de reconocimiento	Mínimo	Máximo	Documento
Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior	0	0	<i>Adjuntar convenio</i>
Créditos cursados en Títulos propios	0	9 – (15%)	<i>Adjuntar documento título propio</i>
Créditos cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional	0	9 – (15%)	<i>Adjuntar documento indicando el tiempo y asignaturas que podrán ser objeto de reconocimiento</i>

3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

Los procesos de movilidad se rigen en primer lugar por el Procedimiento que regula la movilidad de los estudiantes propios y de acogida de la Universidad de Sevilla para el caso de los estudios de máster universitario que se encuentra en el siguiente enlace:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/WFoPwqZLMJ24s3d>

Movilidad específica del Título

Por otra parte, la Facultad de Turismo y Finanzas ha desarrollado este procedimiento en la Guía Académica para la Movilidad Internacional que se puede encontrar en el siguiente enlace:

https://ftf.us.es/sites/ftf/files/Internacional/Guia_Movilidad_Intern_FAC_TUR_FINANZAS.pdf

La información actualizada sobre la movilidad (internacional y nacional), incluyendo ofertas, plazos, normativa, becas, preguntas frecuentes, etc. tiene un sitio destacado en la página web de la Facultad y se encuentra actualizada en el siguiente enlace:

<https://ftf.us.es/Internacional>

Los acuerdos de movilidad internacional específicos para esta titulación son los siguientes:

040 AUSTRIA - 4899 MANAGEMENT CENTER INNSBRUCK (A INNSBRU08) 1 plaza.

040 AUSTRI - 2505 Tourismusmanagement Und Freizeitwirtschaft (A KREMS03) 2 plazas.

250 FRANCIA - 11142 Université Côte d Azur (F NICE42) 1 plaza.

250 FRANCIA - 298 Université de Toulon Et Du Var (F TOULON01) 1 plaza.

276 ALEMANIA - 3179 Fachhochschule Münster (Münster University of Applied Sciences) (D MUNSTER02) 1 plaza.

4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3)

4.1.- Estructura del plan de estudios

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/S4o6zeTTomfSdtK>

Estructura del plan de estudios

Créditos obligatorios	21
Créditos optativos	27
Créditos de prácticas académicas externas	2
Créditos de Trabajo Fin de Grado o Máster	10
Total Créditos ECTS	60

Resumen del plan de estudios (estructura trimestral)

Cursos	Cuatrimestre	
	Cuatrimestre 1. Obligatorias	Cuatrimestre 2. Itinerario 1 Políticas Públicas de Planificación y Gestión Turísticas
Curso 1	<p>ECTS: 21</p> <p>Materias/asignaturas:</p> <p><i>Dirección estratégica de organizaciones turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Dirección financiera de organizaciones turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Dirección comercial de organizaciones turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Dirección de los recursos humanos en organizaciones turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Análisis financiero en organizaciones turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Planificación de destinos turísticos. Conceptos y contenidos, 3 créd.</i></p> <p><i>Métodos de investigación aplicados al turismo, 3 créd.</i></p> <p>Tipología (carácter): Obligatorio</p> <p>Modalidad: Presencial</p> <p>Lengua: Español</p>	<p>ECTS: 27 (solo para alumnos del itinerario)</p> <p>Materias/asignaturas:</p> <p><i>Financiación pública de iniciativas turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Políticas y administraciones públicas en el ámbito turístico, 3 créd.</i></p> <p><i>Promoción y comercialización de destinos turísticos, 3 créd.</i></p> <p><i>Régimen jurídico de los recursos turísticos, 3 créd.</i></p> <p><i>Museología y museografía en destinos turísticos, 3 créd.</i></p> <p><i>Métodos e instrumentos de planificación y gestión turísticas a diferentes escalas, 3 créd.</i></p> <p><i>Urbanismo, ordenación del territorio y turismo sostenible, 3 créd.</i></p> <p><i>Normas de Calidad en los Destinos Turísticos, 3 créd.</i></p> <p><i>Gestión turística del patrimonio cultural, 3 créd.</i></p> <p>Tipología (carácter): Optativo</p> <p>Modalidad: Presencial</p> <p>Lengua: Español</p>
	Cuatrimestre 2. Itinerario 2 Dirección de Empresas Turísticas	Cuatrimestre 2. Itinerario 3 Turismo Inteligente
	<p>ECTS: 27 (solo para alumnos del itinerario)</p> <p>Materias/asignaturas:</p> <p><i>Alta dirección de empresas turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Calidad turística: Accesibilidad y sostenibilidad, 3 créd.</i></p> <p><i>Régimen mercantil de la empresa turística, 3 créd.</i></p> <p><i>Régimen fiscal de la empresa turística, 3 créd.</i></p> <p><i>Control de gestión en empresas turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Gestión de las relaciones con el cliente, 3 créd.</i></p> <p><i>Finanzas avanzadas en empresas turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Dirección y Gestión de Operaciones en Empresas Turísticas, 3 créd.</i></p> <p><i>Gestión de la Excelencia y Turismo, 3 créd.</i></p> <p>Tipología (carácter): Optativo</p> <p>Modalidad: Presencial</p> <p>Lengua: Español</p>	<p>ECTS: 27 (solo para alumnos del itinerario)</p> <p>Materias/asignaturas:</p> <p><i>Investigación Cuantitativa y Análisis de datos en Turismo, 3 créd.</i></p> <p><i>Machine-Learning en Turismo, 3 créd.</i></p> <p><i>Principios y Dimensiones del Turismo Inteligente, 3 créd.</i></p> <p><i>Revenue Management Avanzado, 3 créd.</i></p> <p><i>Transformación Digital en Turismo, 3 créd.</i></p> <p><i>Sostenibilidad, 3 créd.</i></p> <p><i>Marketing Digital en Turismo, 3 créd.</i></p> <p><i>Normalización y gestión turística inteligente, 3 créd.</i></p> <p><i>Innovación e Inteligencia Natural, 3 créd.</i></p> <p>Tipología (carácter): Optativo</p> <p>Modalidad: Presencial</p> <p>Lengua: Español</p>
	Cuatrimestre 2	
	<p>ECTS: 12</p> <p>Materias/asignaturas:</p> <p><i>Prácticas en entidades y empresas adecuadas al itinerario, 2 créd.</i></p>	

Trabajo de Fin de Máster, 20 créd.

Tipología (carácter): Obligatorio y Trabajo Fin de Grado
Modalidad: Presencial
Lengua: Español

Plan de estudios detallado

Se presenta una ficha por cada Materia, que corresponde a una única asignatura, del plan de estudios. En dicha ficha se recogen los elementos esenciales de la asignatura. Se presentan de forma resumida los resultados del proceso de formación y aprendizaje. En la ficha se recogen los que fueron coordinados con otras 14 universidades españolas dentro de la REDINTUR, tal y como se han recogido en un apartado anterior. Se consensuaron los conocimientos, las competencias y las destrezas necesarias para obtener el título de Máster en Dirección y Planificación de Empresas en las principales universidades con estudios de turismo. Esto se hizo después de un análisis de las demandas del sector y de las propuestas académicas, bebiendo de lo aprendido en la elaboración del Libro Blanco de la ANECA, que estuvo en la base de la REDINTUR. Cada resultado va acompañado de un peso del 1 al 4 para indicar el nivel de contribución de la asignatura a la consecución del mismo.

De forma independiente, estos resultados de aprendizaje serán completados con las competencias generales que la Universidad de Sevilla propuso en su momento para sus títulos y con las competencias básicas recogidas en la normativa de diseño de los títulos. La asignación de los resultados de aprendizaje a las asignaturas y la contribución cuantificada a la consecución de dichos aprendizajes más transversales, serán recogidos en un cuadro posterior. Los códigos aparecen recogidos en un apartado anterior de esta memoria y ahí se recoge el contenido literal de cada aprendizaje para facilitar una comprensión más adecuada de las fichas. Cada resultado de estos aprendizajes transversales va acompañado de un peso del 1 al 4 para indicar el nivel de contribución de la asignatura a la consecución del mismo en los cuadros finales elaborados para cada itinerario.

Los códigos de las actividades formativas y de los sistemas de evaluación que se recogen en cada ficha se explicitarán en apartados posteriores.

Las actividades concretas a realizar en cada asignatura, así como su peso relativo, estarán explicitadas en los programas de las asignaturas, tal y como establece el Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla.

PRIMER PERIODO C1 (13 SEMANAS) MATERIAS COMUNES

MÓDULO 1: MATERIAS COMUNES (21 Créditos)

Materia/Asignatura C1: DIRECCIÓN ESTRÁTEGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, Cuatrimestre</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD18 HD21 HD23

HD24
HD26
HD27
HD29
HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS ESTRATÉGICOS.
1.1.- *La perspectiva de la estrategia.*
1.2.- *La estrategia y la dirección estratégica.*
1.3.- *Elementos de la estrategia.*
1.4.- *Niveles de la estrategia.*
TEMA 2.- ANÁLISIS DEL ENTORNO SECTORIAL Y ANÁLISIS INTERNO DEL SECTOR.
2.1.- *El entorno de la empresa turística.*
2.2.- *Análisis del entorno sectorial.*
2.3.- *Análisis interno del sector: segmentación y grupos estratégicos.*
TEMA 3.- ANÁLISIS DE LAS RELACIONES DE LA EMPRESA.
3.1.- *Análisis de los stakeholders.*
3.2.- *Análisis de las redes de la empresa.*
TEMA 4.- ANÁLISIS DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES.
4.1.- *La estrategia basada en los recursos.*
4.2.- *Los recursos de la empresa.*
4.3.- *Capacidades organizativas.*
4.4.- *Valoración del potencial de generación de beneficios de los recursos y capacidades.*
TEMA 5.- LA VENTAJA COMPETITIVA Y LAS ELECCIONES ESTRATÉGICAS.
5.1.- *Creación de la ventaja competitiva.*
5.2.- *Mantenimiento de la ventaja competitiva.*
5.3.- *Tipos de ventaja competitiva.*
5.4.- *La ventaja competitiva en costes.*
5.5.- *La ventaja competitiva en diferenciación.*

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	20
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	80

Observaciones

Materia/Asignatura C2: DIRECCIÓN FINANCIERA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Obligatorio*

Organización temporal *1º Curso, Cuatrimestre 1*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
HD07
HD08
HD09
HD10
HD11
HD12
HD13
HD14
HD15
HD16
HD17

	HD18 HD19 HD20 HD21 HD22 HD23 HD24 HD25 HD26 HD27 HD28 HD29 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)
--	--

Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	TEMA 1.- LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA EN LA EMPRESA TURÍSTICA. 1.1.- <i>Introducción</i> 1.2.- <i>Contenido de la planificación financiera</i> 1.3.- <i>Diseño del plan estratégico</i> 1.4.- <i>La presupuestación</i> TEMA 2.- LA SÍNTESIS PRESUPUESTARIA. 2.1.- <i>El cuadro de cash-flow previsional</i> 2.2.- <i>El cuadro de circulante</i> 2.3.- <i>El presupuesto de capital</i> TEMA 3.- EQUILIBRIO EN EL PRESUPUESTO DE CAPITAL. 3.1.- <i>Efectos del presupuesto de capital sobre el balance</i> 3.2.- <i>El equilibrio en el presupuesto de capital: viabilidad y alisado</i> TEMA 4.- ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS DEFINITIVOS. 4.1.- <i>Revisión del proceso de planificación.</i> 4.2.- <i>Elaboración de balances previsionales.</i> 4.3.- <i>El presupuesto de tesorería.</i> TEMA 5.- CONTROL Y ANÁLISIS FINANCIERO. 5.1. <i>Control a priori.</i> 5.2.- <i>Control a posteriori.</i> 5.3.- <i>Análisis de sensibilidad.</i> 5.4.- <i>Análisis de escenarios</i>

Actividades formativas/Metodologías docentes	AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)
---	--

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	40
	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	60

Observaciones

Materia/Asignatura C3: DIRECCIÓN COMERCIAL DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Obligatorio</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, Cuatrimestre 1</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11

HD12
HD13
HD14
HD15
HD16
HD17
HD18
HD21
HD23
HD24
HD26
HD27
HD29
HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

TEMA 1. LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE MARKETING.

- 1. El proceso de dirección de marketing: planificación, ejecución y control.*
- 2. La estrategia de la unidad de negocio: el mercado y el análisis de las oportunidades de marketing.*
- 3. La planificación estratégica de marketing (I): análisis de la situación y establecimiento de objetivos.*
- 4. La planificación estratégica de marketing (II): desarrollo de estrategias y planes de acción.*

TEMA 2. LA INVESTIGACION COMERCIAL Y LA ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO.

- 1. La necesidad de información en la gestión de marketing.*
- 2. La investigación comercial*
- 3. La estimación de la demanda del mercado.*
- 4. Equilibrio demanda y capacidad.*

TEMA 3. LA SEGMENTACION DEL MERCADO Y LA ELECCION DEL MERCADO META.

- 1. El significado y la necesidad de la estrategia de segmentación.*
- 2. Los criterios de segmentación.*
- 3. Cómo elegir los clientes correctos: la identificación y evaluación de los mercados-meta.*
- 4. Técnicas y modelos de segmentación de mercados.*

TEMA 4. CREACION DE VALOR A TRAVES DE LA OFERTA DE LA EMPRESA Y LA INNOVACION.

- 1. La naturaleza de la oferta de la empresa.*
- 2. Los atributos de la oferta y el posicionamiento en los mercados-meta.*
- 3. La creación de valor a través de la calidad de servicio y la imagen de marca.*
- 4. La necesidad estratégica de innovar.*
- 5. El desarrollo de nuevas ofertas, su adopción y difusión.*

TEMA 5. LA CREACION DE VALOR Y LAS DECISIONES DE PRECIOS.

- 1. La naturaleza e importancia del precio en la creación de valor.*
- 2. Los objetivos y factores determinantes del precio.*
- 3. Los procedimientos de fijación de precios de venta.*
- 4. Estrategias de precios.*

TEMA 6- LA CREACION DE VALOR Y LA GESTION DE LA DISTRIBUCION.

- 1. La gestión de distribución y la conveniencia de la oferta.*
- 2. El diseño del canal de distribución.*
- 3. La dirección de los intermediarios.*
- 4. La gestión de las relaciones en el canal: las redes de marketing.*

TEMA 7. LA COMUNICACIÓN DEL VALOR AL CLIENTE.

- 1. La naturaleza y función de la comunicación integrada de marketing.*
- 2. El proceso de planificación de la comunicación integrada de marketing.*
- 3. Los instrumentos de comunicación masiva.*
- 4. Los instrumentos de comunicación personal*

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)

MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)

AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE3 Exámenes	0	40
	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	60

Observaciones

Materia/Asignatura C4: DIRECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN ORGANIZACIONES TURISTICAS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Obligatorio*

Organización temporal *1º Curso, Cuatrimestre 1*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06

HD07

HD08

HD09

HD10

HD11

HD12

HD13

HD14

HD15

HD16

HD17

HD18

HD21

HD23

HD24

HD26

HD27

HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)

COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)

C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)

C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)

C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)

C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)

COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)

COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura *TEMA 1.- RECURSOS HUMANOS Y EMPRESA.*

1.1.- Introducción

1.2.- Individuo y organización: equilibrios estático y dinámico.

1.3.- La gestión de los recursos humanos.

1.3.1.- Concepto de gestión de los recursos humanos

1.3.2.- Visión renovada de la gestión de los recursos humanos

1.3.3.- La responsabilidad de la función de personal

1.3.4.- Los objetivos de la gestión de recursos humanos

1.3.5.- Los procesos de gestión de los recursos humanos

1.4.- Aspectos estratégicos de la dirección de recursos humanos.

TEMA 2: RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INTEGRACIÓN DE PERSONAS.

2.1.- Introducción

2.2.- La afectación de personal y sus etapas.

2.3.- El reclutamiento de personal.

2.3.1.- Definición

2.3.2.- Las fuentes de reclutamiento

2.3.3.- Los métodos de reclutamiento

2.4.- El proceso de selección del personal.

2.4.1.- La selección y sus etapas

2.4.2.- Las pruebas de selección

2.4.3.- Utilidad y coste de la selección

2.5.- La integración del personal en la empresa.

TEMA 3: FORMACIÓN CONTINUA EN LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

3.1.- Introducción

3.2.- La formación en las empresas.

3.2.1.- Concepto de formación.
 3.2.2.- Objetivos y funciones de la formación.
 3.3.- Aspectos relevantes de la formación en la empresa
 3.3.1.- Técnicas y métodos de formación
 3.3.2.- Planificación de la formación: objetivos, programación y presupuesto
TEMA 4: SISTEMAS DE RETRIBUCIÓN Y POLÍTICA DE CARRERAS.
 4.1. Introducción.
 4.2. Aspectos previos de un sistema de recompensas y sanciones.
 4.3. Objetivos del sistema de recompensas.
 4.4. El salario: piedra angular del sistema retributivo.
 4.5.- La gestión de carreras
 4.6.- Diseño del plan de carreras
TEMA 5.- DESARROLLO DE CAPACIDADES DIRECTIVAS.
 5.1.- Análisis de competencias y habilidades.
 5.2.- Liderazgo.
 5.3.- El trabajo en equipo.
TEMA 6.- CONFLICTO Y NEGOCIACIÓN.
 6.1.- Definición del conflicto.
 6.2.- Modelo de gestión del conflicto.
 6.3.- La negociación..

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	60
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	40

Observaciones

Materia/Asignatura C5: ANÁLISIS FINANCIERO EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Obligatorio*

Organización temporal *1er trimestre*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD21
 HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
 COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
 C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
 C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
 C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
 C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
 COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
 COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura **TEMA 1.- INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS**

1.1.- Concepto de Análisis Financiero
 1.2.- Objetivos del análisis
 1.3.- La materia prima del Análisis: la información financiera.
 1.4. introducción a los Estados Financieros
TEMA 2.- HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS.
 2.1.- Ajustes y eliminaciones en los estados financieros
 2.2.- Las herramientas del análisis
 2.3.- Utilización de los ratios financieros
TEMA 3.- ANÁLISIS DE LA LIQUIDEZ.
 3.1.- Concepto de liquidez
 3.2.- La composición del activo y el pasivo circulantes.

3.3.- El fondo de maniobra.
 3.4.- Ratios e indicadores para el análisis de la liquidez
TEMA 4.- ANÁLISIS DE LA SOLVENCIA.
 4.1.- Concepto de solvencia
 4.2.- La composición del activo y el pasivo fijos.
 4.3.- Ratios e indicadores para el análisis de la liquidez
TEMA 5.- ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD
 5.1.-Concepto de Rentabilidad
 5.2.- La calidad del resultado
 5.3.- Apalancamiento financiero y apalancamiento operativo
 5.4.- Ratios e indicadores para el análisis de la rentabilidad

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	60
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	40

Observaciones

Materia/Asignatura C6: PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. CONCEPTOS Y CONTENIDOS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Obligatorio*

Organización temporal *1er trimestre*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD12
 HD13
 HD14
 HD15
 HD16
 HD17
 HD18
 HD19
 HD20
 HD21
 HD22
 HD23
 HD24
 HD25
 HD26
 HD27
 HD28
 HD29
 HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
 COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
 C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
 C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
 C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
 C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
 COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
 COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

TEMA 1.- Conceptos generales de la planificación de destinos.
 1.1. Introducción. El concepto de planificación. La planificación turística
 1.2. Los conceptos de espacio turístico y destino turístico.
 1.3. El destino turístico como sistema. La necesidad del enfoque interdisciplinar.

1.4. La evolución de las políticas turísticas hacia la planificación de destinos.
 1.5. La trascendencia de la planificación de destinos en el escenario actual.
 TEMA 2.- Objetivos y criterios de la planificación de destinos.
 2.1. La definición del modelo turístico del destino.
 2.2. Criterios de la planificación de destinos.
 TEMA 3.- El Plan de Destino.
 3.1. Escalas de aplicación: local, comarcal, autonómica.
 3.2. Procesos de planificación de destinos. Aproximación a los métodos de elaboración y seguimiento de la planificación de destinos.
 TEMA 4.- Introducción a la planificación de destinos en Andalucía.
 4.1. Marco institucional y normativo.
 4.2. Instrumentos.
 4.3. Estudios de caso.

Actividades formativas/Metodologías docentes
 AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	20
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	80	

Observaciones

Materia/Asignatura C7: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS AL TURISMO

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología Obligatoria

Organización temporal 1er trimestre

Modalidad Presencial

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD12
 HD13
 HD14
 HD15
 HD16
 HD17
 HD18
 HD21
 HD23
 HD24
 HD25
 HD26
 HD27
 HD28
 HD29
 HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
 COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
 C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
 C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
 C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
 C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
 COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
 COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura
 TEMA 1.- Los principios básicos y el proceso de investigación en Turismo
 1.1 El Turismo como objeto de la investigación social
 1.2 Principios básicos de la investigación en Turismo
 1.3 Preguntas básicas de toda investigación
 1.4 Proceso de investigación en Turismo

1.5 Método científico y ciencias sociales. Requisitos del método científico.
 1.6 Diseño de la investigación y etapas del proceso investigador
 TEMA 2.- Fuentes primarias y secundarias de información
 2.1 Características de la información. Tipos documentales. Las herramientas de recuperación de la información. Los catálogos de bibliotecas. Sumarios electrónicos. Herramientas de la BUS.
 2.2 Bases de datos referenciales, bibliográficas y a texto completo. Factor de impacto de publicaciones periódicas.
 2.3 Fuentes de información económico-financieras. Otros documentos electrónicos.
 2.4 Portales especializados en Turismo. Evaluación de la información. Desarrollo y comunicación del producto. Referencias bibliográficas.
 TEMA 3.- Los métodos de obtención de la información: las fuentes estadísticas
 3.1 Conceptos y variables turísticas.
 3.2 Principales fuentes estadísticas del sector turístico.
 3.3 Agentes generadores de información.
 3.3.1 La contabilidad nacional.
 3.3.2 Las estadísticas turísticas.
 3.4 Representación gráfica de las series turísticas
 TEMA 4.- Los métodos de obtención de la información: el enfoque cuantitativo y cualitativo
 4.1 La medición en ciencias sociales. Fundamentos del enfoque cuantitativo. Fundamentos del enfoque cualitativo.
 4.2 Análisis cualitativo aplicado al Turismo: las entrevistas. El Método Delphi.
 4.3 Métodos cuantitativos: el muestreo, las encuestas de opinión.
 4.4 El análisis de coyuntura.
 4.5 El impacto económico de la actividad turística.
 TEMA 5.- Proyectos e informes de investigación. La tesis doctoral en Turismo.
 5.1 El proyecto de investigación
 5.2.1 Contextualización del proyecto
 5.2.1 Estructura y contenido del proyecto
 5.2 El informe de investigación. Contenido, tipos y presentaciones
 5.3 El análisis DAFO, herramienta en el informe.
 5.4 La tesis doctoral en Turismo
 5.4.1 ¿Qué es una tesis doctoral?
 5.4.2 Elección del tema
 5.4.3 Búsqueda de material y plan de trabajo
 5.4.4 Redacción
 5.4.5 Defensa de la tesis.

Actividades formativas/Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE3 Exámenes	0	50
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50

Observaciones

Cuadro de habilidades transversales para las asignaturas del primer trimestre

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7
HD11	2	4	2	2	2	2	3
HD12	2	4	2	2		3	3
HD13	3	2	3	3		3	1
HD14	3	3	3	2		3	3
HD15	2	4	3	1		2	3
HD16	2	4	3	1		3	2
HD17		3		1		2	2

HD18	2	2	2	2		2	3
HD19		1				3	
HD20		1				2	
HD21	3	3	3	2	2	3	3
HD22		1				3	
HD23	1	2	2	1		2	3
HD24	1	2	2	2		1	2
HD25		2				2	2
HD26	2	2	2	1		2	3
HD27	1	2	1	1		1	3
HD28		4				2	3
HD29	2	3	3			2	2
HD30	4	4	4	4	4	4	4

SEGUNDO PERIODO C2 (17 SEMANAS) ITINERARIO POLÍTICAS PÚBLICAS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS

MÓDULO 2: ITINERARIO POLÍTICAS PÚBLICAS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS (27 créditos)

Materia/Asignatura P1: POLÍTICAS Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2º*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de **Competencias básicas y generales**

formación y aprendizaje HD06

HD07

HD08

HD09

HD10

HD11

HD12

HD13

HD14

HD15

HD16

HD17

HD18

HD20

HD21

HD23

HD24

HD25

HD26

HD27

HD29

HD30

Competencias específicas

	<p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)</p> <p>COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)</p> <p>C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)</p> <p>C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)</p> <p>C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)</p> <p>C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)</p> <p>COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)</p> <p>COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
--	--

Lenguas Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p><i>Tema 1. Introducción a la política turística.</i></p> <p>1.1. <i>Concepto y taxonomía de las políticas económicas</i></p> <p>1.2. <i>Justificación de la intervención del sector público en el turismo</i></p> <p>1.3. <i>Objetivos generales y estrategias de la política turística</i></p> <p>1.4. <i>Diferentes niveles de la intervención pública en el turismo</i></p> <p>1.5. <i>Otras políticas económicas con especial incidencia en el turismo</i></p> <p><i>Tema 2. La política turística en el ámbito supranacional.</i></p> <p>2.1. <i>El papel de la OMT en la política turística</i></p> <p>2.2. <i>Otras instituciones internacionales con incidencia en el sector turístico</i></p> <p>2.3. <i>La política turística de la Unión Europea.</i></p> <p>2.4. <i>Hacia una nueva política turística de la Unión Europea</i></p> <p><i>Tema 3. La política turística de la Administración Central Española.</i></p> <p>3.1. <i>Organización político-turística de la Administración Central</i></p> <p>3.2. <i>Otras instituciones con especial incidencia en la política turística española</i></p> <p>3.3. <i>La política turística española en la década de los noventa:</i></p> <p>3.3.1. <i>La crisis del turismo español y el Libro Blanco del Turismo Español</i></p> <p>3.3.2. <i>Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I)</i></p> <p>3.3.3. <i>Plan FUTURES II</i></p> <p>3.4. <i>La política turística española en el siglo XXI:</i></p> <p>3.4.1. <i>Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE)</i></p> <p>3.4.2. <i>Plan del Turismo Español Horizonte 2020 y Plan del Turismo Español 2008-2012.</i></p> <p><i>Tema 4. La política turística de la Administración Autónoma andaluza.</i></p> <p>4.1. <i>Organización político-turística de la Junta de Andalucía</i></p> <p>4.2. <i>La crisis del turismo andaluz y el Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (Plan DIA)</i></p> <p>4.3. <i>Ley del Turismo de Andalucía de 1999</i></p> <p>4.4. <i>Plan General de Turismo de Andalucía</i></p> <p>4.5. <i>Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía</i></p> <p><i>Tema 5. La política turística de la Administración Local.</i></p> <p>5.1. <i>La actividad turística y el desarrollo local</i></p> <p>5.2. <i>El papel de las Administraciones Locales en la política turística</i></p> <p>5.3. <i>Organización político-turística de la provincia de Sevilla:</i></p> <p>5.3.1. <i>PRODETUR</i></p> <p>5.3.2. <i>Consorcio de Turismo</i></p> <p>5.4. <i>La política turística en la provincia de Sevilla</i></p>
---	--

Actividades formativas/Metodologías docentes	<p>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</p> <p>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</p> <p>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</p>
---	---

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	100

Observaciones

Materia/Asignatura P2: PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	Optativa
Organización temporal	1º Curso, cuatrimestre 2
Modalidad	Presencial
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales
	HD06
	HD07
	HD08
	HD09
	HD10
	HD11
	HD12

	HD13 HD14 HD16 HD17 HD18 HD19 HD20 HD21 HD22 HD23 HD24 HD26 HD27 HD29 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)									
Lenguas	<i>Español</i>									
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>TEMA 1. La estrategia de Marketing en destinos turísticos</i> <i>1.1. Concepto y naturaleza del destino turístico</i> <i>1.2. El mercado turístico</i> <i>1.3. El marketing de destinos turísticos</i> <i>1.4. Planificación de marketing en destinos turísticos</i> <i>TEMA 2. El comportamiento del visitante en la comercialización de destinos turísticos</i> <i>2.1 El comportamiento del consumidor turístico</i> <i>2.2 El proceso de selección de un destino</i> <i>2.3. La segmentación del turista</i> <i>2.4. La selección del visitante</i> <i>TEMA 3. La estrategia de promoción y comunicación del destino</i> <i>3.1. Los instrumentos de promoción</i> <i>3.2. El material promocional</i> <i>3.3. El merchandising</i> <i>3.4 Nuevas plataformas de comunicación</i>									
Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i> <i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>									
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	50	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima								
SE1 Evaluación continuada	0	50								
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50								
Observaciones										

Materia/Asignatura P3: RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>2º trimestre</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14 HD15

HD16
HD17
HD18
HD20
HD21
HD22
HD23
HD24
HD25
HD26
HD27
HD28
HD29
HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

TEMA 1.- RECURSOS TURÍSTICOS Y DERECHO

1.1.- *Concepto jurídico de recurso turístico. Regulación.*
1.2.- *Clasificación de los recursos turísticos conforma a su régimen jurídico.*
1.3.- *Principios reguladores del desarrollo turístico de los recursos turísticos.*

TEMA 2.- EL MEDIO RURAL

2.1.- *Concepto de medio o espacio rural.*
2.2.- *Turismo y desarrollo rural: consideraciones sobre el concepto de turismo rural.*
2.3.- *El turismo rural en España. Evolución y situación actual.*
2.4.- *Régimen jurídico del turismo rural.*
2.5.- *Planificación y desarrollo turístico del medio rural.*

TEMA 3.- EL LITORAL.

3.1.- *Marco conceptual.*
3.2.- *El dominio público marítimo-terrestre.*
3.3.- *Marco jurídico internacional.*
3.4.- *Legislación de Costas.*
3.5.- *Ordenación del territorio y urbanismo en el litoral.*
3.6.- *Aprovechamientos turísticos del litoral y sus limitaciones.*

TEMA 4.- CAMPOS DE GOLF.

4.1.- *Introducción. La normativa deportiva sobre golf.*
4.2.- *Planificación territorial y campos del golf.*
4.3.- *Regulación de los campos de golf en Andalucía:*
4.3.1.- *Condiciones y requisitos para la implantación territorial de los campos de golf.*
4.3.2.- *Condiciones urbanísticas.*
4.3.3.- *Prescripciones técnicas.*
4.3.4.- *Campos de golf de interés turístico.*

TEMA 5.- ALTA MONTAÑA.

5. 1.- *Introducción.*
5.2.- *Alta montaña y turismo.*
5.3.- *Régimen jurídico de las estaciones de esquí.*

TEMA 6.- RECURSOS HISTÓRICO-ARTÍSTICOS Y CULTURALES I.

6. 1.- *Concepto de patrimonio histórico.*
6.2.- *Elementos que integran el patrimonio histórico.*
6.3.- *Distribución de competencias en materia de patrimonio.*
6.4.- *Legislación estatal sobre patrimonio.*
6.5.- *Legislación andaluza sobre patrimonio.*
6.6. *Normativa internacional.*

TEMA 7.- RECURSOS HISTÓRICO-ARTÍSTICOS Y CULTURALES II.

7. 1.- *Patrimonio cultural y patrimonio histórico.*
7.2.- *Elementos que integran el patrimonio cultural.*
7.3.- *Legislación sobre patrimonio cultural.*
7.4.- *Los museos. Régimen jurídico.*
7.5. *Financiación pública del turismo histórico y cultural.*
7.6. *Iniciativas privadas de gestión: fundaciones y asociaciones no lucrativas.*

TEMA 8.- MEDIO AMBIENTE.

- 8.1.- Concepto de medio ambiente.
- 8.2.- La protección ambiental. Legislación.
- 8.3.- Distribución de competencias en materia ambiental.
- 8.4.- Medio ambiente y turismo.
- 8.5.- El desarrollo sostenible desde la perspectiva jurídica.

TEMA.- 9.- ESPACIOS PROTEGIDOS

- 9.1.- Concepto de espacio natural protegido.
- 9.2.- Clasificación de ENP.
- 9.3.- Distribución de competencias en materia de ENP.
- 9.4.- Régimen jurídico de los ENP.
- 9.5.- Los ENP y su aprovechamiento turístico.

TEMA.- 10.- TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO.

- 10.1.- Introducción.
- 10.2.- El turismo activo y la protección de recursos.
- 10.3.- Régimen jurídico del turismo activo. En particular, el caso de Andalucía.
- 10.4.- Senderismo.
- 10.5.- Otras manifestaciones.

Actividades formativas/Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	30
SE3 Exámenes	0	70

Observaciones

Materia/Asignatura P4: MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA EN DESTINOS TURÍSTICOS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

- HD06
- HD07
- HD08
- HD09
- HD10
- HD11
- HD12
- HD13
- HD14
- HD15
- HD16
- HD17
- HD18
- HD19
- HD21
- HD22
- HD23
- HD24
- HD25
- HD27
- HD28
- HD29
- HD30

Competencias específicas

- HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
- COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
- C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
- C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
- C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
- C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
- COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
- COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas	<i>Español</i>											
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p>TEMA 1.- INTRODUCCIÓN A LA MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA EN DESTINOS TURÍSTICOS.</p> <p>1.1.- <i>El Patrimonio Cultural como destino turístico.</i></p> <p>1.2.- <i>Museos y Colecciones museográficas como agentes del desarrollo turístico en el Siglo XXI. El caso español.</i></p> <p>1.3.- <i>La importancia de las exposiciones culturales: de las blockbuster a las galerías artísticas.</i></p> <p>1.4.- <i>Tipologías de exposiciones: Criterios del ICOM (International Council of Museums)</i></p> <p>1.5.- <i>Parámetros para el análisis de una exposición.</i></p> <p>TEMA 2.- EXPOSICIONES, PÚBLICO Y VISITANTES.</p> <p>2.1.- <i>Los estudios de público.</i></p> <p>2.2.- <i>Los estudios de visitantes.</i></p> <p>2.3.- <i>Diferentes segmentos de visitantes en las exposiciones.</i></p> <p>2.4.- <i>Elaboración de encuestas de opinión.</i></p> <p>TEMA 3.- EL PROYECTO MUSEOLÓGICO-MUSEOGRÁFICO.</p> <p>3.1.- <i>Fases y profesionales para la elaboración de un proyecto museológico-museográfico.</i></p> <p>3.2.- <i>Fase analítica: definiciones conceptuales, discurso museológico-museográfico y objetivos propuestos.</i></p> <p>3.3.- <i>Anteproyecto: estudios económicos; tratamiento del espacio y elaboración de itinerarios adaptados a segmentos de visitantes; análisis de recursos expositivos: soportes y contenedores; estudios de iluminación y conservación preventiva; niveles informativos y de interactividad del visitante; sistemas de protección y seguridad.</i></p> <p>3.4.- <i>Proyecto: ejecución de planos; diseño expositivo; discurso conceptual.</i></p> <p>3.5.- <i>Dirección y supervisión del montaje: condiciones de seguros y préstamos de piezas: manipulación; embalaje; transporte. Edición de catálogos y recursos informativos y pedagógicos. Difusión y marketing.</i></p> <p>3.6.- <i>Supervisión y mantenimiento de la exposición.</i></p> <p>3.7.- <i>Desmontaje y devolución de piezas.</i></p> <p>3.8.- <i>Valoración de resultados: Evaluaciones críticas y Valoraciones de visitantes.</i></p> <p>3.9.- <i>Ejecución de un proyecto museológico-museográfico</i></p>											
Actividades formativas/ Metodologías docentes	<p><i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i></p> <p><i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i></p> <p><i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i></p>											
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>70</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	30	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	70		
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima										
SE1 Evaluación continuada	0	30										
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	70										
Observaciones												

Materia/Asignatura P5: MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA A DIFERENTES ESCALAS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	<p>Competencias básicas y generales</p> <p>HD06</p> <p>HD07</p> <p>HD08</p> <p>HD09</p> <p>HD10</p> <p>HD11</p> <p>HD12</p> <p>HD13</p> <p>HD14</p> <p>HD15</p> <p>HD16</p> <p>HD17</p> <p>HD18</p> <p>HD19</p> <p>HD20</p> <p>HD21</p> <p>HD23</p> <p>HD24</p> <p>HD25</p> <p>HD26</p> <p>HD27</p> <p>HD28</p> <p>HD29</p>

	<p>HD30</p> <p>Competencias específicas</p> <p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)</p> <p>COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)</p> <p>C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)</p> <p>C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)</p> <p>C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)</p> <p>C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)</p> <p>COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)</p> <p>COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
--	---

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p><i>Tema 1. Revisión de conceptos y contenidos generales de la planificación de destinos turísticos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Concepto de planificación de destinos</i> - <i>Criterios para la planificación de destinos</i> - <i>Contenidos generales de la planificación de destinos</i> - <i>Metodología básica de planificación de destinos</i> <p><i>Tema 2. Métodos e instrumentos de planificación de destinos turísticos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>La planificación sectorial del turismo: técnicas e instrumentos</i> - <i>La planificación territorial y medioambiental del turismo: técnicas e instrumentos</i> - <i>El planeamiento urbanístico y la actividad turística: técnicas e instrumentos</i> - <i>La planificación estratégica del turismo: técnicas e instrumentos</i> <p><i>Tema 3. La planificación estratégica de destinos turísticos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Concepto de planificación estratégica de destinos turísticos</i> - <i>Características de la planificación estratégica</i> - <i>Escalas de aplicación de la planificación estratégica</i> - <i>Metodología de elaboración de un plan estratégico de destino</i> - <i>Ventajas y riesgos de la planificación estratégica de destinos</i> <p><i>Tema 4. Análisis de instrumentos de planificación de destinos turísticos a diferentes escalas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>El Plan del Turismo Español Horizonte 2020</i> - <i>El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011</i> - <i>El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Huelva</i> - <i>El Plan Qualifica – Costa del Sol</i> - <i>El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Tarifa</i>
---	---

Actividades formativas/Metodologías docentes	<p><i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i></p> <p><i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i></p> <p><i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i></p>
---	--

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	70
	SE3 Exámenes	0	30

Observaciones

Materia/Asignatura P6: URBANISMO, ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y TURISMO SOSTENIBLE

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales
	HD06
	HD07
	HD08
	HD09
	HD10
	HD11
	HD12
	HD13
	HD14
	HD16
	HD17
	HD21
	HD22
	HD23
	HD24
	HD26
	HD27

	HD28 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)
--	--

Lenguas Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

Tema 1. Turismo, sostenibilidad y planificación espacial

- *Turismo y sostenibilidad. Marco teórico-conceptual y evolución histórica.*
- *Instrumentos de planificación y gestión sostenible de la actividad turística: estudios de capacidad de carga, evaluaciones de impacto ambiental, sistemas de indicadores de turismo sostenible, agendas 21 locales, etc.*
- *Planificación espacial y sostenibilidad turística: la trascendencia del urbanismo y la ordenación del territorio en la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos*

Tema 2. Urbanismo y turismo

- *Conceptos básicos y evolución del urbanismo*
- *Fundamentos de planeamiento y gestión urbanística*
- *Principales problemáticas de la relación entre urbanismo y actividad turística*

Tema 3. Ordenación del territorio y turismo

- *Conceptos básicos y evolución de la ordenación del territorio*
- *Los instrumentos de ordenación del territorio: tipos, metodología de elaboración, estructura y contenidos. El tratamiento de la actividad turística en los planes de ordenación del territorio*

Actividades formativas/Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada		0
	SE3 Exámenes	0	30

Observaciones

Materia/Asignatura P7: NORMAS DE CALIDAD EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología Optativa

Organización temporal 1º Curso, cuatrimestre 2

Modalidad Presencial

Resultados del proceso de formación y aprendizaje

Competencias básicas y generales

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD12
 HD13
 HD14
 HD15
 HD16
 HD18
 HD21
 HD23
 HD24
 HD26
 HD27
 HD29
 HD30

Competencias específicas
 HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)

	<p>COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)</p> <p>C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)</p> <p>C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)</p> <p>C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)</p> <p>C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)</p> <p>COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)</p> <p>COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
--	---

Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p><i>Tema 1. Evolución de calidad, desde la calidad de empresas a la calidad integral del territorio destino.</i></p> <p><i>1.1. Calidad. Herramienta de trabajo.</i></p> <p><i>1.2. Normas de calidad. Definición y aspectos generales. Estructura, tipos y mecanismos de evaluación.</i></p> <p><i>1.3. Destino turístico, Funciones. Agentes implicados. Componentes. Sostenibilidad de los destinos.</i></p> <p><i>1.4. El papel de las administraciones públicas en los destinos turísticos</i></p> <p><i>1.5. Gestión de la calidad en el destino turístico: planificación, coordinación, sensibilización e imagen del destino.</i></p> <p><i>Tema 2. El Instituto para la calidad turística española</i></p> <p><i>2.1. Marcas de calidad en espacios previas al ICTE: Banderas Azules de playas y puertos deportivos, Banderas Verdes de ciudades sostenibles, Proyecto Municipio Verde, Sistemas de Indicadores de Turismo Sostenible.</i></p> <p><i>2.2. Normas ICTE en Estaciones de esquí y montaña, Espacios Naturales protegidos, Estaciones Termales y Playas.</i></p> <p><i>TEMA 3. Sistema de calidad turística española (scte) en destinos turísticos</i></p> <p><i>3.1. Plan Integral de la calidad del turismo (PICTE).</i></p> <p><i>3.2. La calidad en destinos:</i></p> <p><i>3.2.1. Plan de Excelencia.</i></p> <p><i>3.2.2. Plan de Dinamización.</i></p> <p><i>3.2.3. Sistema integral de calidad turística en destinos (SICTED). Componentes estratégicos. Agentes.</i></p> <p><i>3.3. La calidad en productos. Criterios y aplicación.</i></p> <p><i>3.3.1. Aplicados a destinos de sol y playa: campos de golf, estaciones náuticas.</i></p> <p><i>3.3.2. Productos en destinos emergentes: turismo rural, turismo de aventura turismo cultural, turismo termal, nuevos productos (rutas del vino).</i></p> <p><i>TEMA 4. Actuaciones de la administración turística andaluza en materia de calidad</i></p> <p><i>4.1. Plan de Calidad Turística de Andalucía 2006-2008 (PCTA), garantía a los destinos turísticos.</i></p> <p><i>4.2. El sello de calidad "Marca Parque Natural de Andalucía".</i></p> <p><i>TEMA 5. Otras actuaciones de calidad en destinos a diferentes escalas</i></p> <p><i>5.1. La Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) y su aplicación en los espacios naturales protegidos.</i></p> <p><i>5.2. La Certificación Biosphere en el Sistema de Turismo Responsable (STR) de un destino y de sus elementos.</i></p>

Actividades formativas/Metodologías docentes	<p><i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i></p> <p><i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i></p> <p><i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i></p>
---	--

Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	100

Observaciones

Materia/Asignatura P8: GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales
	HD06
	HD07
	HD08
	HD09
	HD10
	HD11
	HD12
	HD14

	HD15 HD17 HD18 HD21 HD23 HD24 HD26 HD27 HD28 HD29 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)									
Lenguas	<i>Español</i>									
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	TEMA 1. PATRIMONIO CULTURAL. CONCEPTO, REGULACIÓN Y CLASIFICACIONES. 1.1. <i>La construcción social del Patrimonio. Procesos de selección y activación.</i> 1.2. <i>Instituciones, organismos públicos y legislación de patrimonio cultural.</i> 1.3. <i>Clasificaciones y tipologías del patrimonio cultural.</i> TEMA 2. LA INVESTIGACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL. 2.1. <i>Etnografía del patrimonio: Análisis de realidades culturales y determinación de recursos patrimoniales</i> 2.2. <i>Identificación, inventario y catalogación del patrimonio cultural.</i> 2.3. <i>Evaluación del estado del patrimonio.</i> TEMA 3. GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL. 3.1. <i>Protección del patrimonio: conservación y restauración.</i> 3.2. <i>Curaduría gestión museográfica y tipos de museos</i> 3.3. <i>Interpretación del patrimonio.</i> 3.4. <i>Espacios para la presentación del patrimonio y técnicas de musealización del territorio.</i> 3.5. <i>Difusión. Estrategias de comunicación y puesta en valor.</i> TEMA 4. PATRIMONIO CULTURAL, TURISMO Y DESARROLLO. 1.1. <i>Riesgos y potencialidades del turismo cultural.</i> 1.2. <i>Turismo y desarrollo en ámbitos locales y comarcales.</i> 1.3. <i>Planificación y gestión integral del patrimonio cultural.</i> <i>Experiencias de gestión en destinos turísticos concretos.</i> Actividades formativas/Metodologías docentes <i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i> <i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>									
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>70</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	30	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	70
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima								
SE1 Evaluación continuada	0	30								
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	70								
Observaciones										

Materia/Asignatura P9: FINANCIACIÓN PÚBLICA DE INICIATIVAS TURÍSTICAS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14

HD15
HD16
HD17
HD18
HD19
HD20
HD21
HD22
HD23
HD24
HD25
HD26
HD27
HD28
HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

Tema 1. INSTRUMENTOS FISCALES EN LA POLÍTICA TURÍSTICA.

1.1. La política turística: justificación, objetivos, instrumentos, transversalidad y niveles competenciales.

1.2. La política fiscal: objetivos, instrumentos y limitaciones.

1.3. Papel de los instrumentos fiscales en la política turística: ventajas y limitaciones.

1.4. Competencias de los distintos niveles administrativos en la política fiscal del turismo, destinatarios y beneficiarios.

Tema 2. INSTRUMENTOS FISCALES EN LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LA UNIÓN EUROPEA.

2.1. La Política Turística de la Unión Europea: del Plan Philoxenia a la Nueva Política Turística de la UE 2007 y la Agenda 21.

2.2. Financiación de iniciativas turísticas desde la UE a través de la Política Regional (FEDER, FSE y Fondo de Cohesión).

2.3. Financiación de iniciativas turísticas rurales desde la UE: Política de Desarrollo Rural (LEADER, PRODER y FEADER) y Política Marítima Global (FEP).

2.4. Financiación de iniciativas turísticas innovadoras desde la UE: Política de apoyo a la empresa (Programa marco para la innovación y la competitividad 2007-2013) y Política de investigación (7º Plan marco de I+D).

2.5. Financiación de otras iniciativas turísticas desde la UE: Leonardo, Erasmus, Sócrates.

Tema 3. INSTRUMENTOS FISCALES EN LA POLÍTICA TURÍSTICA DE ADMINISTRACIÓN CENTRAL ESPAÑOLA.

3.1. La Política Turística de la Administración Central española: de los Planes FUTURES al Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (Plan del Turismo Español 2008-2012).

3.2. Financiación de iniciativas turísticas desde la Administración central: Planes en Destinos: dinamización y excelencia turística

3.3. Financiación de iniciativas turísticas desde la Administración central: Planes de Calidad.

3.4. Financiación de iniciativas turísticas desde la Administración central: Planes de Innovación, Plan Avanza.

3.5. Financiación de iniciativas turísticas rurales desde la Administración central: Plan Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013.

Tema 4. INSTRUMENTOS FISCALES EN LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA ANDALUZA.

4.1. La Política Turística de la Comunidad Autónoma andaluza: del Plan DIA al Plan General de Turismo de Sostenible de Andalucía 2008-2011.

4.2. Financiación de iniciativas turísticas desde la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte: Subvenciones de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía.

4.3. Financiación de iniciativas turísticas desde la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa y el Instituto de Fomento de Andalucía.

4.4. Estudio de casos de financiación pública de iniciativas turísticas desde la Administración Pública andaluza.

Tema 5. INSTRUMENTOS FISCALES EN LA POLÍTICA TURÍSTICA DE LAS ADMINISTRACIONES LOCALES ESPAÑOLAS.

5.1. Papel de las Administraciones Locales en la Política Turística: Municipios, Mancomunidades, Diputaciones. El turismo en el desarrollo local.

5.2. Financiación de iniciativas turísticas desde las Administración locales: el municipio turístico. 5.2. Financiación de iniciativas turísticas desde las Administración locales: los Grupos de Acción Local.

5.4. Estudio de casos de financiación pública de iniciativas turísticas desde las Administraciones Públicas Locales sevillanas.

Actividades formativas/Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)

MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)

AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	70
SE3 Exámenes	0	30

Observaciones

Cuadro de habilidades transversales para las asignaturas del Itinerario de Políticas Públicas

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
HD11	3	2	2	2	2	3	2	3	2
HD12	2	2	3	2	3	3	2	3	3
HD13	1	3	3	2	3	2	3		3
HD14	3	3	3	3	3		3	2	3
HD15	2		3	3	3	2	2	2	3
HD16	2	2	3	3	3	2	2		3
HD17	3	3	2	3	3	3		3	3
HD18	2	2	3	2	3		2	2	2
HD19		2		2	2				3
HD20	1	2	2		1				2
HD21	3	3	3	3	3	3	3	3	3
HD22		2	2	3		2			3
HD23	1	2	2	2	3	1	1	1	3
HD24	2	2	3	2	2	2	1	1	2
HD25	3		3	2	3				2
HD26	2	2	3		3	1	2	2	2
HD27	3	1	2	2	3	2	1	1	2
HD28			3	2	3	2		3	3
HD29	2	2	2	2	3		2	2	

HD30	4	4	4	4	4	4	4	4	4
------	---	---	---	---	---	---	---	---	---

SEGUNDO PERIODO C2 (17 SEMANAS) ITINERARIO DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

MÓDULO 3: ITINERARIO DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS (27 créditos)	
Materia/Asignatura D1: ALTA DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	<p>Competencias básicas y generales</p> <p>HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD18 HD21 HD23 HD24 HD26 HD27 HD29 HD30</p> <p>Competencias específicas</p> <p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p>TEMA 1.- OBJETIVOS Y VALORES DE LA EMPRESA</p> <p>1.1.- <i>La visión de la empresa.</i></p> <p>1.2.- <i>Objetivos estratégicos.</i></p> <p>1.3.- <i>La creación de valor como objetivo de la empresa.</i></p> <p>1.4.- <i>La ética y la responsabilidad social.</i></p> <p>TEMA 2.- EL DESARROLLO DE LA EMPRESA.</p> <p>2.1.- <i>El crecimiento y el desarrollo de la empresa</i></p> <p>2.2.- <i>La estrategia de expansión</i></p> <p>2.2.1. <i>Penetración en el mercado</i></p> <p>2.2.2. <i>Desarrollo de productos</i></p> <p>2.2.3. <i>Desarrollo de mercados.</i></p> <p>TEMA 3.- LA DIVERSIFICACIÓN.</p> <p>3.1. - <i>La diversificación empresarial</i></p> <p>3.2. - <i>La estrategia de diversificación relacionada</i></p> <p>3.2.1. <i>Razones para la diversificación relacionada</i></p> <p>3.2.2. <i>Riesgos de la diversificación relacionada</i></p> <p>3.3. <i>La estrategia de diversificación no relacionada o conglomerada</i></p> <p>3.3.1. <i>Razones para la diversificación no relacionada</i></p> <p>3.3.2. <i>Riesgos de la diversificación no relacionada</i></p> <p>3.3.3. <i>Diversificación empresarial y resultados</i></p>

TEMA 4.- INTEGRACIÓN VERTICAL.
 4.1.- La estrategia de integración vertical
 4.1.1. Razones para la integración vertical
 4.1.2. Riesgos de la integración vertical
 4.2.- La estrategia de reestructuración de la cartera de negocios

TEMA 5.- LA COOPERACIÓN

5.1.- La cooperación entre empresas
 5.1.1. Concepto y características de la cooperación empresarial
 5.1.2. Justificación de la cooperación empresarial
 5.2. Ventajas e inconvenientes de la cooperación
 5.3. Tipos de acuerdos
 5.3.1. Acuerdos contractuales
 5.3.2. Redes interorganizativas

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	40
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	60

Observaciones

Materia/Asignatura D2: CALIDAD TURÍSTICA: ACCESIBILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD12
 HD13
 HD14
 HD15
 HD16
 HD17
 HD19
 HD20
 HD21
 HD22
 HD23
 HD24
 HD27
 HD28
 HD29
 HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
 COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
 C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
 C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
 C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
 C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
 COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
 COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura **BLOQUE I: FUNDAMNETOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD E INFRAESTRUCTURA PARA LA SEGURIDAD, LA SEGURIDAD Y EL MEDIOAMBIENTE**

TEMA 1.- Introducción a la calidad y a los sistemas de gestión normalizados.

TEMA 2.- Infraestructura para la calidad turística.

BLOQUE II: LA ACCESIBILIDAD EN EL SECTOR TURISTICO

	<p>TEMA 3.- La problemática de la accesibilidad a los entornos turísticos. TEMA 4.- Sistema de gestión de la accesibilidad global: Normas UNE 170001-2: 2001. TEMA 5.- Evaluación y la mejora de la gestión de la accesibilidad global. BLOQUE III: LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO TEMA 6.- La problemática de la sostenibilidad en el sector turístico. TEMA 7.- La sostenibilidad medioambiental. Los Sistemas de Gestión Medioambiental: Normas UNE EN-ISO 14000 de 2004 y Reglamento EMAS.</p>											
Actividades formativas/ Metodologías docentes	<p>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</p>											
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>SE3 Exámenes</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	60	SE3 Exámenes	0	40		
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima										
SE1 Evaluación continuada	0	60										
SE3 Exámenes	0	40										
Observaciones												

Materia/Asignatura D3: RÉGIMEN MERCANTIL DE LA EMPRESA TURÍSTICA	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	Optativa
Organización temporal	1º Curso, cuatrimestre 2
Modalidad	Presencial
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	<p>Competencias básicas y generales</p> <p>HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD17 HD18 HD19 HD20 HD21 HD22 HD23 HD24 HD25 HD26 HD27 HD28 HD29 HD30</p> <p>Competencias específicas</p> <p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
Lenguas	Español
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p>1. La empresa</p> <p>1.1. Concepto de empresa y de empresario 1.2. Tipos de empresa y empresario 1.3. Estructura de la empresa 1.4. Negocios sobre la empresa</p> <p>2. Las empresas turísticas</p> <p>2.1. Los establecimientos hoteleros</p>

2.2. Referencia a los alojamientos de carácter no hotelero: apartamentos, campamentos, turismo rural y "multipropiedad"
 2.3. Empresas turísticas de intermediación
 2.4. Empresas de transporte
 3. El empresario social, con especial referencia a las sociedades anónimas y limitadas
 3.1. Clasificación de las sociedades
 3.2. Constitución de las sociedades
 3.3. Estructura orgánica de la sociedad
 3.4. Modificación de estatutos
 3.5. Transmisión de acciones y participaciones
 3.6. Disolución de la sociedad
 4. Grupos empresariales y agrupaciones de empresarios
 4.1. Los grupos de sociedades. Especialidades en su funcionamiento
 4.2. Restricciones en el marco del Derecho de la competencia
 4.3. Las agrupaciones de empresarios
 4.4. Contratos de colaboración entre empresarios
 5. Organización financiera de la empresa
 5.1. La contratación bancaria
 5.2. El contrato de seguro

Actividades formativas/ Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	40
SE3 Exámenes	0	60

Observaciones

Materia/Asignatura D4: RÉGIMEN FISCAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
 HD07
 HD08
 HD09
 HD10
 HD11
 HD12
 HD13
 HD14
 HD15
 HD16
 HD17
 HD18
 HD20
 HD21
 HD23
 HD24
 HD25
 HD27
 HD28
 HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
 COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
 C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
 C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
 C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
 C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
 COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
 COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas

Español

<p>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</p>	<p>TEMA 1.- RÉGIMEN DEL IVA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS</p> <p>1. Régimen general.</p> <p>1.2. La actividad turística como prestación de servicios.</p> <p>1.3. Base imponible, devengo, lugar de realización del hecho imponible.</p> <p>1.4. Sujeto pasivo.</p> <p>1.5. Repercusión del Impuesto y su liquidación.</p> <p>2. Régimen especial.</p> <p>2.1. Repercusión.</p> <p>2.2. Exenciones.</p> <p>2.3. Lugar de realización.</p> <p>2.4. Base imponible.</p> <p>2.5. Deduciones.</p> <p>TEMA 2.- TASAS QUE GRAVAN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y OTROS TRIBUTOS</p> <p>1. Tasas estatales.</p> <p>2. Tasas establecidas por las Comunidades Autónomas.</p> <p>3. Tasas establecidas por las Entidades Locales.</p> <p>4. Otros tributos que gravan la actividad turística.</p> <p>TEMA 3.- LA IMPOSICIÓN DIRECTA: IRPF E IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES</p> <p>1. IRPF.</p> <p>1.1. Determinación de la base imponible.</p> <p>1.2. Deduciones y bonificaciones.</p> <p>1.3 Pagos a cuenta.</p> <p>2. Impuesto sobre Sociedades.</p> <p>2.1. Determinación de la base imponible.</p> <p>2.2. Deduciones y bonificaciones.</p> <p>2.3 Pagos a cuenta.</p> <p>TEMA 4. - LA GESTIÓN TRIBUTARIA EN UNA EMPRESA TURÍSTICA</p> <p>1. Aspectos generales de la gestión tributaria.</p> <p>2. Formas de iniciación de la gestión tributaria.</p> <p>3. Declaración tributaria.</p> <p>4. Autoliquidaciones.</p> <p>5. Comunicación de datos.</p> <p>6. Declaraciones, autoliquidaciones y comunicaciones complementarias o sustitutivas.</p> <p>7. Procedimientos de gestión tributaria.</p> <p>8. Procedimiento de devolución iniciado mediante autoliquidación, solicitud o comunicación de datos.</p> <p>9. Procedimiento iniciado mediante declaración.</p> <p>10. Procedimiento de verificación de datos.</p> <p>11. Procedimiento de comprobación de valores.</p> <p>12. Tasación pericial contradictoria.</p> <p>13. Procedimiento de comprobación limitada.</p> <p>TEMA 5. - LA RECAUDACIÓN TRIBUTARIA</p> <p>1. Aspectos generales.</p> <p>2. Recaudación en período ejecutivo.</p> <p>3. Facultades de la recaudación tributaria.</p> <p>4. Procedimiento de apremio.</p> <p>4.1. Ejecución de garantías.</p> <p>4.2. Práctica del embargo de bienes y derechos.</p> <p>4.3. Enajenación de los bienes embargados.</p> <p>TEMA 6. - LA INSPECCIÓN TRIBUTARIA DE UNA EMPRESA TURÍSTICA</p> <p>1. Objeto del procedimiento de inspección.</p> <p>2. Medidas cautelares en el procedimiento de inspección.</p> <p>3. Iniciación y desarrollo.</p> <p>3.1. Iniciación del procedimiento de inspección.</p> <p>3.2 Alcance de las actuaciones del procedimiento de inspección.</p> <p>3.3. Plazo de las actuaciones inspectoras.</p> <p>3.4. Lugar de las actuaciones inspectoras.</p> <p>3.5. Horario de las actuaciones inspectoras.</p> <p>4. Actas.</p> <p>4.1. Clases de actas según su tramitación.</p> <p>4.2. Actas con acuerdo.</p> <p>4.3. Actas de conformidad.</p> <p>4.4. Actas de disconformidad.</p>						
<p>Actividades formativas/Metodologías docentes</p>	<p>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</p> <p>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</p> <p>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</p>						
<p>Sistemas de evaluación</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="518 1982 1069 2031">Sistemas de evaluación</th> <th data-bbox="1069 1982 1225 2031">% de pond. mínima</th> <th data-bbox="1225 1982 1402 2031">% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima			
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima					

	SE1 Evaluación continuada	0	50
	SE3 Exámenes	0	50

Observaciones

Materia/Asignatura D5: CONTROL DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

HD06
HD07
HD08
HD09
HD10
HD11
HD12
HD13
HD14
HD15
HD16
HD17
HD18
HD21
HD28
HD30

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura **TEMA 1.- FUNDAMENTOS DEL CONTROL DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS**

1.1. *La función de Control.*
1.2. *El sistema de control.*
1.3. *El control en la empresa turística.*
TEMA 2.- FUNDAMENTOS DEL CONTROL INTERNO.
2.1. *Definición, objetivos y clasificación.*
2.2. *Elementos de Control Interno.*
2.3. *Pautas para un buen Control Interno.*
2.4. *Técnicas de Control Interno.*
TEMA 3.- GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL COSTE.
3.1. *Principales métodos de cálculo de costes.*
3.2. *Ventajas e inconvenientes de la utilización de los distintos métodos.*
3.3. *Método de Costes Directos.*
TEMA 4.- UNIFORM SYSTEM OF ACCOUNTING OF LODGING INDUSTRY
4.1. *Introducción.*
4.2. *Orígenes, Objetivos y Contenidos.*
4.3. *Clasificación de los Principales Departamentos.*
4.4. *Esquema de Funcionamiento.*
4.5. *Cuadro de los Principales Departamentos Operativos y Funcionales.*
4.6. *Cuenta de Resultados Analítica.*
4.7. *Análisis de Resultados: Principales Indicadores del USALI.*
4.8. *Caso Práctico de Aplicación.*
TEMA 5.- ANÁLISIS COSTE-VOLUMEN-BENEFICIO
5.1. *Introducción.*
5.2. *Relación entre Costes, Volumen de Actividad y Beneficio.*
5.3. *Hipótesis Básicas.*
5.4. *Punto de Equilibrio y Margen de Seguridad.*
5.5. *Limitaciones y Análisis Multiproducto.*
5.6. *Análisis de Sensibilidad.*
5.7. *Casos Prácticos de Aplicación.*

TEMA 6.- PRESUPUESTACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIO6.1.- *Proceso Presupuestario.*6.2.- *Presupuestación por Áreas.*6.3.- *Presupuesto Maestro o Integral: Cuentas Previsionales.*6.4.- *Control Presupuestario.***TEMA 7.- CUADRO DE MANDO**7.1.- *Introducción.*7.2.- *La Planificación Estratégica en el Sector Hotelero.*7.3.- *Determinación de Factores Críticos de Éxito e Indicadores por Áreas.*7.4.- *Diseño e Implantación del Cuadro de Mando.*7.5.- *El Cuadro de Mando como Herramienta de Control de Gestión.*7.5.- *Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones sobre el Cuadro de Mando.***Actividades formativas/ Metodologías docentes**AF1-*Actividades teórico-prácticas (100%)*MET01 *Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)*AF4-*Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)***Sistemas de evaluación**

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	60
SE3 Exámenes	0	40

Observaciones**Materia/Asignatura D6: GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE****Número de créditos ECTS** 3 ECTS**Tipología** *Optativa***Organización temporal** *1º Curso, cuatrimestre 2***Modalidad** *Presencial***Resultados del proceso de formación y aprendizaje** **Competencias básicas y generales**

HD06

HD07

HD08

HD09

HD10

HD11

HD13

HD15

HD16

HD18

HD21

HD24

HD25

HD26

HD29

HD30

Competencias específicasHD01. *Aplicar instrumentos de planificación (3)*COM01. *Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)*C01. *Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)*C02. *Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)*C05. *Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)*C03. *Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)*COM04. *Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)*COM06. *Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)***Lenguas***Español***Contenidos propios del módulo/materia/asignatura** *1.- La Gestión de Relaciones con el Cliente (C.R.M.)**2.- La Gestión del Valor**3.- El Valor de Vida del Cliente**4.- La Gestión de la Cartera de Clientes (Customer Equity Management)***Actividades formativas/ Metodologías docentes**AF1-*Actividades teórico-prácticas (100%)*MET01 *Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)*AF4-*Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)***Sistemas de evaluación**

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
------------------------	-------------------	-------------------

	SE1 Evaluación continuada	0	60
	SE3 Exámenes	0	40

Observaciones

Materia/Asignatura D7: FINANZAS AVANZADAS EN EMPRESAS TURÍSTICAS

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

- HD06
- HD07
- HD08
- HD09
- HD10
- HD11
- HD12
- HD13
- HD14
- HD15
- HD16
- HD17
- HD18
- HD19
- HD20
- HD21
- HD22
- HD23
- HD24
- HD25
- HD26
- HD27
- HD28
- HD29
- HD30

Competencias específicas

- HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
- COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
- C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
- C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
- C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
- C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
- COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
- COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español*

Contenidos propios del módulo/materia/asignatura *TEMA 1.- EL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL EN EL MARCO DE LA UME*

1. Introducción.
 2. Los agentes económicos.
 3. Los activos financieros.
 4. Los mediadores e intermediarios financieros.
 5. Los mercados financieros.
 6. El proceso de innovación financiera: nuevas tendencias.
 7. La estructura del Sistema Financiero Español.
 8. Los mercados financieros organizados en España.
 9. La regulación de los mercados de valores en España
- TEMA 2.- MERCADOS DE RENTA FIJA.*
- RENTA FIJA A CORTO PLAZO*
1. Concepto y características. Importancia
 2. Los activos del mercado monetario
 3. Letras del Tesoro
 4. Pagars de empresa
 5. El mercado interbancario
 6. La política monetaria y el BCE
 7. Títulos hipotecarios
 8. La titulización de activos
- RENTA FIJA A MEDIO Y LARGO PLAZO*

1. Los activos de renta fija a medio y largo plazo: bonos y obligaciones.
2. Precio y rendimiento de los bonos.
3. Riesgos de la renta fija.

TEMA 3.- EL MERCADO BURSÁTIL

1. Introducción
2. El origen de la Bolsa
3. Tipos de mercados de valores
4. Bolsas y mercados financieros en España
5. La salida a cotización en la Bolsa
6. El mercado continuo
7. Las Bolsas internacionales
8. Los índices bursátiles
9. Las operaciones bursátiles

TEMA 4.- VALORACIÓN FINANCIERA

1. Introducción a la valoración de empresas y activos financieros
- 2: Métodos de valoración basados en el valor patrimonial (Análisis estático)
- 3: Modelos de valoración por múltiplos (Análisis comparativo)
- 4: La consideración del riesgo en la valoración. El modelo de mercado y el coste de capital
- 5: El análisis fundamental

Actividades formativas/Metodologías docentes

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)
 MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)
 AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE3 Exámenes	0	40
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	60

Observaciones

Materia/Asignatura D8: GESTIÓN DE LA EXCELENCIA Y TURISMO

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*

Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*

Modalidad *Presencial*

Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**

- HD06
- HD07
- HD08
- HD09
- HD10
- HD11
- HD12
- HD13
- HD14
- HD15
- HD16
- HD18
- HD21
- HD22
- HD23
- HD24
- HD25
- HD26
- HD27
- HD28
- HD29
- HD30

Competencias específicas

- HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
- COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
- C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
- C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
- C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
- C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)

	COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)											
	COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)											
Lenguas	<i>Español</i>											
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	TEMA 1.- CALIDAD DE SERVICIO TEMA 2.- CALIDAD DE SERVICIO TURÍSTICO TEMA 3.- ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS TEMA 4.- EXCELENCIA EN EL SECTOR TURÍSTICO: EL MODELO EUROPEO. TEMA 5.- EVALUACION MEDIANTE MEMORIA. TEMA 6.- AUTOEVALUACION MEDIANTE CUESTIONARIO.											
Actividades formativas/Metodologías docentes	AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)											
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>SE3 Exámenes</td> <td>40</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>			Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	40	60	SE3 Exámenes	40	60
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima										
SE1 Evaluación continuada	40	60										
SE3 Exámenes	40	60										

Materia/Asignatura D9: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE OPERACIONES EN EMPRESAS TURÍSTICAS	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD17 HD18 HD20 HD21 HD23 HD24 HD26 HD27 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)
Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	Tema 1. La gestión de operaciones Tema 2: La gestión por procesos 1. <i>Introducción al enfoque de gestión basado en procesos</i> 2. <i>Identificación y secuencia de procesos: esquema o mapa de procesos</i> 3. <i>Herramientas para la descripción y documentación de procesos</i> 4. <i>Seguimiento y medición de los procesos: definición de indicadores</i> 5. <i>El control de los procesos: los gráficos de control</i> Tema 3: Mejora continua y gestión integrada de procesos 1. <i>Mejora continua de los procesos</i> 2. <i>Gestión integrada de procesos</i>

Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i> <i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>		
Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	60
	SE3 Exámenes	0	40
Observaciones			

Cuadro de habilidades transversales para las asignaturas del itinerario de Dirección de Empresas Turísticas

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9
HD11	3	3	4	2	2	3	3	2	2
HD12	3	3	2	2	2		3	2	3
HD13	3	3	2	2	3	3	2	3	1
HD14	4	3	3	1	3		3	3	2
HD15	2	2	4	1	2	3	3	2	3
HD16	2	4	4	2	2	3	3	2	2
HD17		3	3	2	3		3		1
HD18	2		2	2	3	3	1	2	2
HD19		1	2				1		
HD20		3	4	2			1		1
HD21	4	3	4	2	3	3	3	3	3
HD22		1	1				2	1	
HD23	1	3	2	2			2	1	1
HD24	2	2	2	2		2	3	1	1
HD25			2	1		2	2	2	
HD26	3		2			2	1	2	2
HD27	1	2	3	2			2	2	1
HD28		1	3	2	1		3	1	
HD29	3	3	3			1	3	1	
HD30	4	4	4	4	4	4	4	4	4

MÓDULO 4: ITINERARIO TURISMO INTELIGENTE (27 créditos)**Materia/Asignatura G1: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y ANÁLISIS DE DATOS EN TURISMO**

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*Modalidad *Presencial*Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**HD06
HD07
HD08
HD09
HD10
HD13
HD14
HD15
HD16
HD18
HD21
HD23
HD24
HD25
HD28
HD29
HD30**Competencias específicas**HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)
COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)
C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)
C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)
C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)
C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)
COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)
COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)Lenguas *Español*Contenidos propios del módulo/materia/asignatura *Tema 1.: Métodos de recogida de datos. Tipología de datos**Tema 2: Muestreo**Tema 3: Aprendizaje estadístico con R. Modelos de Regresión Lineal**Tema 4: Modelos de Ecuaciones estructurales*

Actividades formativas/ Metodologías docentes

*AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)**MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)**AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)*

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	100

Observaciones

Materia/Asignatura G2: MACHINE-LEARNING EN TURISMO

Número de créditos ECTS 3 ECTS

Tipología *Optativa*Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*Modalidad *Presencial*Resultados del proceso de formación y aprendizaje **Competencias básicas y generales**HD06
HD07
HD08
HD09
HD10
HD13
HD14
HD15
HD16
HD18
HD21
HD23
HD24

	HD25 HD28 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)						
Lenguas	<i>Español</i>						
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Tema 1. Introducción al Machine Learning, Big data e Inteligencia Artificial</i> <i>Tema 2: Métodos de aprendizaje Supervisado</i> <i>Tema 3: Métodos de aprendizaje no Supervisado</i> <i>Tema 4. Series Temporales</i>						
Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i> <i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>						
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	100
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima					
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	100					
Observaciones							

Materia/Asignatura G3: PRINCIPIOS Y DIMENSIONES DEL TURISMO INTELIGENTE	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD17 HD18 HD19 HD20 HD21 HD22 HD23 HD24 HD25 HD26 HD27 HD28 HD29 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)

	COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)		
Lenguas	<i>Español</i>		
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Tema 1. Políticas y estrategias para el desarrollo del Turismo Inteligente. Tema 2. Estructuras. Nivel estratégico (Modelo DTI). Nivel instrumental. Tema 3. Gobernanza turística. Tema 4. Tecnologías aplicadas al Turismo Inteligente. Tema 5. Experiencias de Turismo Inteligente..</i>		
Actividades formativas/ Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>		
Sistemas de evaluación		% de pond. mínima	% de pond. máxima
	Sistemas de evaluación		
	SE1 Evaluación continuada	0	50
	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50
Observaciones			

Materia/Asignatura G4: REVENUE MANAGEMENT AVANZADO

Número de créditos ECTS	3 ECTS		
Tipología	<i>Optativa</i>		
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>		
Modalidad	<i>Presencial</i>		
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD14 HD15 HD16 HD21 HD23 HD26 HD28 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)		
Lenguas	<i>Español</i>		
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Tema 1. Importancia del Yield / Revenue Management. Tema 2. Fundamentos y dimensiones de Revenue Management. Competencias del Revenue Manager. Tema 3. Aproximación a la aplicación del Revenue Management en distintos sectores. Tema 4. Indicadores de Revenue Management. Tema 5. Software y herramientas de Revenue Management.</i>		
Actividades formativas/ Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>		
Sistemas de evaluación		% de pond. mínima	% de pond. máxima
	Sistemas de evaluación		
	SE1 Evaluación continuada	0	100
	SE3 Exámenes	0	100
Observaciones			

Materia/Asignatura G5: TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN TURISMO

Número de créditos ECTS	3 ECTS								
Tipología	<i>Optativa</i>								
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>								
Modalidad	<i>Presencial</i>								
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD14 HD15 HD16 HD24 HD26 HD28 HD29 HD30 Competencias específicas C02 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C03 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos (1) C07 Conocer los principios de la gestión sostenible (1) COM02 Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías (4) COM03 Definir prioridades en la consecución de objetivos (2)								
Lenguas	<i>Español</i>								
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Tema 1: Transformación digital del turismo</i> <i>Tema 2: TICS aplicadas al Turismo</i> <i>Tema 3: Diseño de Modelo de Datos</i> <i>Tema 4: Herramientas de Business Intelligence</i> <i>Tema 5: Estrategias de Scraping</i>								
Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</i> <i>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>								
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	100		
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima							
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	100							

Observaciones

Materia/Asignatura G6: SOSTENIBILIDAD			
Número de créditos ECTS	3 ECTS		
Tipología	<i>Optativa</i>		
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>		
Modalidad	<i>Presencial</i>		
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD12 HD13 HD14 HD15 HD16 HD17 HD18 HD19 HD20 HD22 HD25 HD26 HD27 HD28 HD29 HD30		

	Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)														
Lenguas	<i>Español</i>														
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	Tema1. <i>Introducción a la Sostenibilidad</i> Tema2. <i>Contribución del sector turístico a la Agenda 2030: una visión compartida para alcanzar un cambio sistémico</i> Tema 3. <i>Prácticas y experiencias para alcanzar la Sostenibilidad: la Economía Circular</i> Tema 4. <i>Turismo Regenerativo</i>														
Actividades formativas/ Metodologías docentes	AF1- <i>Actividades teórico-prácticas (100%)</i> MET01 <i>Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</i> AF4- <i>Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>														
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>SE3 Exámenes</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table>			Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	30	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	30	SE3 Exámenes	0	40
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima													
SE1 Evaluación continuada	0	30													
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	30													
SE3 Exámenes	0	40													
Observaciones															

Materia/Asignatura G7: MARKETING DIGITAL EN TURISMO	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD11 HD12 HD14 HD15 HD16 HD20 HD21 HD23 HD24 HD25 HD26 HD30 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)
Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Tema 1: CONSUMIDOR DIGITAL Y ECOSISTEMA DIGITAL</i> <i>Tema 2: INBOUND MARKETING Y MARKETING DE CONTENIDOS</i> <i>Tema 3: HERRAMIENTAS PARA EL MARKETING DIGITAL EN TURISMO</i> <i>Tema 4: PLAN DE MARKETING DIGITAL EN TURISMO</i>

Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%) MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial) AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>		
Sistemas de evaluación	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
	SE1 Evaluación continuada	0	60
	SE3 Exámenes	0	40
Observaciones			

Materia/Asignatura G8: NORMALIZACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	<i>Optativa</i>
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>
Modalidad	<i>Presencial</i>
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	<p>Competencias básicas y generales</p> <p>HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD12 HD15 HD16 HD21 HD22 HD28 HD30</p> <p>Competencias específicas</p> <p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
Lenguas	<i>Español</i>
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p><i>1. Introducción</i></p> <p><i>2. Aspectos institucionales de la acreditación y la normalización</i></p> <p><i>2.1 Infraestructura para la calidad, la seguridad y el medioambiente</i></p> <p><i>2.2 Singularidades en la industria turística</i></p> <p><i>2.3 Normalización turística</i></p> <p><i>3. Normas de turismo inteligente</i></p> <p><i>3.1 Antecedentes y marcos normativos internacional y nacional de referencia</i></p> <p><i>3.2 Normalización en los territorios: ciudades inteligentes</i></p> <p><i>3.2.1 UNE 178301:2015 Ciudades Inteligentes. Datos Abiertos (Open Data)</i></p> <p><i>3.2.2 UNE 178104:2017 Sistemas Integrales de Gestión de la Ciudad Inteligente. Requisitos de interoperabilidad para una Plataforma de Ciudad Inteligente</i></p> <p><i>3.2.3 UNE 178109:2018 Ciudades Inteligentes. Estación inteligente y conexión con la plataforma de ciudad inteligente</i></p> <p><i>3.2.4 UNE 178108:2017 Ciudades Inteligentes. Requisitos de los edificios inteligentes para su consideración como nodo IoT según la Norma UNE 17810</i></p> <p><i>2.3.5 Otras normas UNE de ciudades inteligentes</i></p> <p><i>3.3 Nuevo modelo de destino turístico inteligente</i></p> <p><i>3.3.1 UNE 178501:2018 Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos</i></p> <p><i>3.3.2 UNE 178502:2018 Indicadores y herramientas de los destinos turísticos inteligentes</i></p> <p><i>3.3.3 UNE 178503:2021 Semántica aplicada a Turismo</i></p> <p><i>3.3.4 UNE 178504:2022 Hotel digital inteligente y conectado (HDIC) a plataforma de ciudad/destino. Requisitos y recomendaciones</i></p> <p><i>3.3.5 UNE 178505:2022 Marco de trabajo para la creación de webs de destino turístico</i></p> <p><i>3.3.6 UNE 178506:2022 Metodología para la optimización del posicionamiento en buscadores (SEO) de webs de destinos turísticos</i></p> <p><i>3.3.7 UNE 178507: 2022 Destinos turísticos. Aplicaciones de la conexión wifi en playas</i></p> <p><i>3.3.8 UNE 178508:2022 Modelo de aplicaciones (apps) de Destino Turístico para dispositivos móviles</i></p>

	<p>3.3.9 Próximos desarrollos normativos previstos</p> <p>4. Evaluación de la conformidad, mantenimiento y mejora de los sistemas de gestión</p> <p>5. Conclusiones y perspectivas</p>														
Actividades formativas/Metodologías docentes	<p>AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)</p> <p>MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)</p> <p>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</p>														
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE1 Evaluación continuada</td> <td>0</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>0</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>SE3 Exámenes</td> <td>0</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>	Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE1 Evaluación continuada	0	20	SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50	SE3 Exámenes	0	30		
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima													
SE1 Evaluación continuada	0	20													
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	50													
SE3 Exámenes	0	30													
Observaciones															

Materia/Asignatura G9: INNOVACIÓN E INTELIGENCIA NATURAL	
Número de créditos ECTS	3 ECTS
Tipología	Optativa
Organización temporal	1º Curso, cuatrimestre 2
Modalidad	Presencial
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	<p>Competencias básicas y generales</p> <p>HD06</p> <p>HD07</p> <p>HD08</p> <p>HD09</p> <p>HD10</p> <p>HD11</p> <p>HD12</p> <p>HD13</p> <p>HD14</p> <p>HD15</p> <p>HD16</p> <p>HD17</p> <p>HD18</p> <p>HD19</p> <p>HD20</p> <p>HD21</p> <p>HD23</p> <p>HD25</p> <p>HD26</p> <p>HD27</p> <p>HD28</p> <p>HD29</p> <p>HD30</p> <p>Competencias específicas</p> <p>HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)</p> <p>COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)</p> <p>C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)</p> <p>C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)</p> <p>C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)</p> <p>C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)</p> <p>COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)</p> <p>COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)</p>
Lenguas	Español
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<p>TEMA 1.- Innovación</p> <p>1.1.- Concepto y tipos</p> <p>1.2.- Proceso de innovación</p> <p>1.3.- Herramientas de innovación.</p> <p>TEMA 2.- Creatividad</p> <p>2.1.- La creatividad en la innovación y en la inteligencia turística</p> <p>2.2.- Instrumentos y técnicas de creatividad.</p> <p>TEMA 3.- Inteligencia Relacional.</p> <p>3.1.- Cooperación, colaboración y redes</p> <p>3.2.- Redes personales, organizativas y geográficas.</p> <p>3.3.- Análisis de redes</p> <p>TEMA 4.- Soft Skills</p> <p>4.1.- Habilidades y destrezas.</p>

4.2.- Comportamientos y actitudes

4.3.- Valores.

TEMA 5.- Todavía somos más listos que las máquinas

**Actividades
formativas/Metodologías
docentes**

AF1-Actividades teórico-prácticas (100%)

MET01 Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.): 15 horas (100% presencial)

AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE1 Evaluación continuada	0	100

Observaciones

Cuadro de habilidades transversales para las asignaturas del Itinerario de Turismo Inteligente

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9
HD11				3	2		3		1
HD12			2	3	2	2	2	2	3
HD13	1	1	2			1			2
HD14	4	4	3	4	4	3	2		2
HD15	2	2	3	2	2	1	2	2	3
HD16	2	2	3	3	1	2	2	2	3
HD17			2			4			3
HD18	1	1	2			2			3
HD19			2			4			1
HD20			4			4	2		2
HD21	2	2	2	1			2	3	1
HD22			4			4		2	
HD23	3	3	2	3			3		1
HD24	1	1	2		3		1		
HD25	1	1	3			2	1		3
HD26			3	2	2	3	1		4
HD27			1			2			3
HD28	1	1	1	3	2	2		2	2
HD29			2		1	2			2
HD30	4	4	4	4	4	4	4	4	4

MÓDULO 5: MATERIAS COMUNES: PRÁCTICAS Y TFM (12 créditos)**Materia/Asignatura C8: PRÁCTICAS EN ENTIDADES Y EMPRESAS ADECUADAS AL ITINERARIO**

Número de créditos ECTS 2 ECTS

Tipología *Obligatorio*Organización temporal *1º Curso, cuatrimestre 2*Modalidad *Presencial***Resultados del proceso de formación y aprendizaje**

Competencias básicas y generales

HD06
HD07
HD08
HD09
HD10
HD31
HD32
HD33
HD34
HD35

Competencias específicas

HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3)

COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4)

C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1)

C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2)

C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3)

C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2)

COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2)

COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)

Lenguas *Español***Contenidos propios del módulo/materia/asignatura**

El desarrollo de las prácticas en empresas u otras instituciones implicará para el estudiante:

- *La iniciación en las tareas profesionales propias de la empresa en función de su proyecto formativo*
- *La integración de los conocimientos adquiridos en el máster hasta el momento en un entorno profesional real.*
- *La adquisición de experiencia en la práctica profesional, así como el conocimiento sobre el funcionamiento de las empresas o instituciones en sus aspectos económicos-financiero.*
- *La observación y el aprendizaje de las actividades propias del trabajo directivo, específicamente los ligados a la gerencia en las empresas de menor dimensión y del departamento financiero en las de mayor tamaño.*

Actividades formativas/Metodologías docentes *AF3- Prácticas Externas/Practicum (100%)*
MET02 Prácticas externas: 90 horas (100% presencial)

Sistemas de evaluación

Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima
SE4 Valoración de las prácticas externas	0	90
SE2 Valoración del trabajo práctico final	0	10

Observaciones

Para el seguimiento del proceso, cada estudiante tendrá asignado un tutor académico y un tutor de empresa.

La inscripción, la selección y el seguimiento de las prácticas se desarrollarán dentro del sistema Ícaro, mediante el que estarán en comunicación los estudiantes, los tutores académicos y los tutores de empresa.

El procedimiento para la solicitud de las prácticas, para su desarrollo, para su seguimiento y para su evaluación, se publicarán, además de por los medios habituales de otras asignaturas, en un apartado específico de la página web del centro (<https://ff.us.es/titulaciones/MUDPT/prácticas>) y de la específica del máster.

El estudiante cumplimentará una memoria que contendrá la descripción de tareas desarrolladas, así como una valoración de la adecuación de dichas tareas a los conocimientos adquiridos; asimismo responderá una encuesta en la que valorará diferentes aspectos asociados a la práctica desarrollada. El tutor de la empresa cumplimentará un informe final de evaluación, en el que se valorarán diferentes aspectos de la práctica desarrollada por el alumno. La evaluación final será competencia del tutor académico, en función de los informes elaborados por estudiante y empresa, así como del seguimiento realizado durante la práctica.

La Guía de las prácticas se aprueban en la Junta de Centro y están disponibles en el siguiente enlace:

https://ff.us.es/sites/ff/files/Titulaciones/MASTER%20UDPT/Reglamento%20Pr%C3%A1cticas%20MUTUS_28092022.pdf

Materia/Asignatura C9: TRABAJO FIN DE MÁSTER															
Número de créditos ECTS	10 ECTS														
Tipología	<i>Obligatoria</i>														
Organización temporal	<i>1º Curso, cuatrimestre 2</i>														
Modalidad	<i>Presencial</i>														
Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Competencias básicas y generales HD06 HD07 HD08 HD09 HD10 HD31 HD32 HD33 HD34 HD35 Competencias específicas HD01. Aplicar instrumentos de planificación (3) COM01. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas. (4) C01. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística (1) C02. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión (2) C05. Conocer las técnicas de dirección empresarial (3) C03. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos (2) COM04. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino (2) COM06. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico (3)														
Lenguas	<i>Español</i>														
Contenidos propios del módulo/materia/asignatura	<i>Según la normativa de Trabajos Fin de Máster de la Facultad de Turismo y Finanzas, el Trabajo Fin de Máster (en adelante TFM) requiere la realización por parte del estudiante y bajo la dirección de, al menos, un profesor; de un proyecto, memoria, estudio o informe sobre un tema orientado a la evaluación de competencias asociadas al título. Con el TFM se desarrollarán y aplicarán conocimientos, capacidades y competencias adquiridos en la titulación.</i>														
Actividades formativas/Metodologías docentes	<i>AF2-Trabajos dirigidos académicamente</i> <i>MET03 Elaboración de trabajo dirigido (Tutorías individuales y colectivas de dirección del TFM, herramientas de investigación, presentaciones...): 15 horas (100% presencial)</i> <i>AF4-Trabajo autónomo del estudiante: 60 horas (0% presencial)</i>														
Sistemas de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sistemas de evaluación</th> <th>% de pond. mínima</th> <th>% de pond. máxima</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SE5 Presentación y defensa del TFM</td> <td>10</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>SE2 Valoración del trabajo práctico final</td> <td>80</td> <td>90</td> </tr> <tr> <td colspan="3"> NOTA: La evaluación de los TFM se ajustará a la normativa al respecto de la Universidad de Sevilla y a la de la Facultad de Turismo y Finanzas en cada momento, que describirá los elementos a valorar y el peso de cada elemento de evaluación. En la normativa actual está prevista la evaluación por el tutor (30%) y por una comisión evaluadora (70%). </td> </tr> </tbody> </table>			Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima	SE5 Presentación y defensa del TFM	10	20	SE2 Valoración del trabajo práctico final	80	90	NOTA: La evaluación de los TFM se ajustará a la normativa al respecto de la Universidad de Sevilla y a la de la Facultad de Turismo y Finanzas en cada momento, que describirá los elementos a valorar y el peso de cada elemento de evaluación. En la normativa actual está prevista la evaluación por el tutor (30%) y por una comisión evaluadora (70%).		
Sistemas de evaluación	% de pond. mínima	% de pond. máxima													
SE5 Presentación y defensa del TFM	10	20													
SE2 Valoración del trabajo práctico final	80	90													
NOTA: La evaluación de los TFM se ajustará a la normativa al respecto de la Universidad de Sevilla y a la de la Facultad de Turismo y Finanzas en cada momento, que describirá los elementos a valorar y el peso de cada elemento de evaluación. En la normativa actual está prevista la evaluación por el tutor (30%) y por una comisión evaluadora (70%).															

Observaciones

La realización, la elaboración y la presentación y defensa del Trabajo Fin de Máster están determinadas por la Normativa de TFM y por la Guía de TFM aprobadas por la Facultad de Turismo y Finanzas que se pueden encontrar en la página web de la Facultad:

<https://ftf.us.es/Titulaciones/MUDPT/TFM-MUDPT>

http://centro.us.es/ftf/master_udpt/guia_estudiante_trabajo_fin_master140218.pdf

Cuadro de habilidades transversales para las asignaturas del Itinerario de Turismo Inteligente

	Prácticas Externas	Trabajo de fin de máster
--	--------------------	--------------------------

HD31	4	4
HD32	4	4
HD33	2	4
HD34	1	4
HD35	4	4

4.2.- Actividades y metodologías Docentes

Las actividades formativas forman parte de las recogidas por la Universidad de Sevilla en el diseño de sus títulos y que están estandarizadas en la aplicación NEOPLAN.

En concreto, en el título se van a emplear tres de esas actividades formativas que se han explicitado en las fichas de cada una de las asignaturas presentadas en el apartado del Plan de Estudios. En cada una de las asignaturas sólo se utiliza una actividad formativa. Por tanto, en las fichas aparecen con un porcentaje del 100%.

- AF1-Actividades teórico-prácticas
- AF2-Trabajos dirigidos académicamente
- AF3- Prácticas Externas/Practicum
- AF4- Trabajo Autónomo del Estudiante

Las actividades teórico-prácticas se usan para todas las asignaturas obligatorias y optativas. Mientras AF2- Trabajos académicamente dirigidos se proponen para el Trabajo Fin de Máster y AF3 para las Prácticas Externas.

Respecto a las metodologías docentes que se desarrollarán dentro de esas acciones formativas, se recogen en las siguientes:

- MET01- Actividades presenciales (Clases teórico-prácticas, trabajos, exposiciones, debates, resolución de casos y problemas, etc.)
- MET02- Prácticas externas
- MET03- Elaboración de trabajo dirigido (Tutorías individuales y colectivas de dirección del TFM, herramientas de investigación, presentaciones...)

La distribución del uso de dichas metodologías es similar a la expuesta para las acciones formativas. En las Actividades presenciales (MET01) se desarrollará básicamente el método expositivo y la resolución de casos y problemas. En las clases expositivas se utiliza fundamentalmente como estrategia didáctica la exposición verbal por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio.

Entre los objetivos más comunes que pueden orientar el desarrollo de una clase teórica destacan los siguientes: a) exponer los contenidos básicos relacionados con el tema objeto de estudio (narraciones, historias de casos, resúmenes de investigación, síntesis de resultados, etc.) b) explicar la relación entre los fenómenos para facilitar su comprensión y aplicación (generación de hipótesis, pasos en una explicación, comparación y evaluación de teorías, resolución de problemas, etc.) c) efectuar demostraciones de hipótesis y teoremas, (discusión de tesis, demostración de ecuaciones, etc.) y d) presentación de experiencias en las que

se hace la ilustración de una aplicación práctica de los contenidos (experimentos, presentación de evidencias, aportación de ejemplos y experiencias, etc.).

La resolución de casos y problemas prácticos desarrolla actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Esta denominación engloba a diversos tipos de organización, como pueden ser las prácticas de laboratorio, prácticas de campo, clases de problemas, prácticas de informática, etc., puesto que, aunque presentan en algunos casos matices importantes, todas ellas tienen como característica común que su finalidad es mostrar a los estudiantes cómo deben actuar.

En las observaciones de las fichas de TFM y de Prácticas se desarrollan el uso concreto de MET02 y MET03.

Las actividades concretas a realizar en cada asignatura, así como su peso relativo, estarán explicitadas en los programas de las asignaturas, tal y como establece el Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla.

4.3.- Sistemas de evaluación

Los sistemas de evaluación han sido codificados y se han incluido también en las fichas de las asignaturas, señalando el porcentaje mínimo y máximo que ponderarán en los procesos de evaluación.

El sistema de evaluación concreto de cada asignatura deberá ser descrito en detalle en la correspondiente guía docente, como recoge el Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla.

En concreto, en las distintas asignaturas del título se han propuesto los siguientes sistemas de evaluación:

- SE1 - Evaluación continuada
- SE2 - Valoración del trabajo práctico final
- SE3 - Exámenes
- SE4 - Valoración de las prácticas externas
- SE5 - Presentación y defensa del TFM

5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5)

5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos Humanos

(Se presentará información agregada del profesorado disponible para impartir el título según la guía de verificación).

Para la elaboración de los datos del profesorado disponible e implicado en la docencia del título, que se incluye en esta adaptación de la memoria de verificación del título (2023), dado que no se trata de un título nuevo, sino que viene impartándose desde el curso 2010/11 se han tenido en cuenta los Planes de Organización Docente del curso 2021/22 (el 2022/23 aún está en curso).

El informe está compuesto de 5 tablas, la tabla 1 muestra el total del profesorado disponible para la impartición del título. La tabla 2.1 muestra el profesorado por departamento/área disponible para impartir la docencia del título. La tabla 2.2 muestra la vinculación de las asignaturas con los departamentos/áreas responsables de la docencia (sólo departamento responsable, aunque puedan participar más departamentos/área). La tabla 3 muestra el profesorado detallado (anonimizado) que imparte docencia en el título y la tabla 4 muestra el mismo profesorado con su carga docente en el título al que corresponde la memoria de verificación y la carga docente que tiene en otros títulos de Grado y Máster.

El informe completo se puede consultar en la dirección:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/iMJMTd33pmbj5E7>

Méritos docentes del profesorado no acreditado

(La universidad deberá aportar los méritos docentes más relevantes del profesorado no acreditado que participará en el título. Se puede aportar la información específica del profesorado mediante un enlace a la página web o documento público correspondiente.)

Méritos de investigación del profesorado no doctor

(La universidad deberá aportar los méritos de investigación más relevantes del profesorado no doctor que participará en el título. Se puede aportar la información específica del profesorado mediante un enlace a la página web o documento público correspondiente.)

Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

La universidad deberá describir el profesorado necesario para el despliegue del título no disponible en el momento de solicitar la verificación de la titulación y el plan para dotarse de dicho profesorado. Se elaborará una tabla con la misma información que para el profesorado disponible en el caso de informar de no disponer de personal y se pretenda incorporar (personal adicional necesario para poder impartir el título).

Perfil del profesorado de empresa que participa en la mención dual

(Se puede aportar la información específica para cada profesor/a mediante un enlace a la página web o documento público correspondiente).

Tutela de prácticas

Identificador Tutor/Tutora	Universidad / Entidad	Área de Conocimiento	Categoría académica / profesional	Tutor/a académico/a de la universidad /Tutor/a de la entidad colaboradora
Moreno Pacheco	Universidad de Sevilla	Economía Aplicada I	CD	TA
Borrero Domínguez	Universidad de Sevilla	ECONOMÍA FINANCIERA Y DIRECC. OPERACIONES	CD	TA
Gonzalez Relaño	Universidad de Sevilla	Geografía Física y Análisis Gfco. Reg.	CD	TA
Moreno Rojas	Universidad de Sevilla	Contabilidad y Economía Financiera	CEU	TA
Villar Lama	Universidad de Sevilla	Geografía Física y Análisis Gfco. Reg.	TU	TA
Diaz Fernandez	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	TU	TA
Fernandez Tabales	Universidad de Sevilla	Geografía Física y Análisis Gfco. Reg.	CU	TA
Rios Martin	Universidad de Sevilla	Economía Financiera y Dirección de Op.	TU	TA
Barrera Barrera	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	TU	TA
Gonzalez Dominguez	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	TEU	TA
Aguayo Camacho	Universidad de Sevilla	Economía Financiera y Dirección de Op.	TU	TA
Rufino Rus	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	TU	TA
Barrera Fernández	Universidad de Sevilla	Geografía Humana	AD	TA
Lopez Bonilla	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	CU	TA
Oviedo Garcia	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	CU	TA

Chavez Miranda	Universidad de Sevilla	Economía Financiera y Dirección de Op.	TU	TA
Vazquez Sanchez	Universidad de Sevilla	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)	TU	TA
Javier Franco Fernández	A.C.P. Cercanía Consultores, S.L.			TEC
José Del Río Martínez	Alohamundi, S.L.			TEC
Juan Requejo Liberal	ASISTENCIA TÉCNICA CLAVE			TEC
Jacobo López Salazar	AYRE GRAN VIA, S.L.			TEC
Cristina Vargas Ríos	BARCELÓ ARRENDAMIENTOS PENÍNSULA S.L.			TEC
Isabel Lora	EXCMO. AYUNTAMIENTO DE BOLLULLOS DE LA MITACIÓN			TEC
Pedro Marquez Salvago	Fontecruz Servicios, S.L.			TEC
Candela Yáñez	FUNDACIÓN PATRIMONIO INDUSTRIAL DE ANDALUCÍA			TEC
Francisco Rodríguez	Ideas 3493 SL			TEC
José David Albarrán	José David Albarrán Periañez			TEC
Juan Antonio Rosario	Juan Antonio Rosario, S.L.			TEC
María Gómez	María Gómez Aguilar			TEC
Hugo Sartori Duckwitz	MASARVIX, S.L.			TEC

Carmela Cubillo Del Pozo	NH COLLECTION SEVILLA/NH HOTELES ESPAÑA S.A			TEC
Angela Naya Carvajal	PETIT PALACE HOTELES			TEC
José Manuel Troitiño	Servicios Hoteleros 360 S.L			TEC
Alberto Folgado García	SYSTEM CENTROS DE FORMACIÓN, S.L.			TEC
Tania Rueda Muñoz	UNUK SEVILLA CENTRO			TEC

5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

Personal de Administración y Servicios

Para poder llevar a cabo la labor docente, investigadora y de gestión del título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo en la Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla, se encuentra disponible el siguiente personal de Administración y Servicios:

- Administrador del Centro: 1
- Responsable de Biblioteca: 1
- Ayudante de Biblioteca: 1
- Encargado de equipo: 1
- Coordinador de Servicio: 1
- Responsable de Administración de Centro: 1
- Gestor de Centro: 1
- Técnicos Especialistas en Biblioteca, Archivos y museos: 3
- Técnicos Auxiliares en Biblioteca, Archivos y museos: 2
- Técnicos Especialistas de Laboratorio Informática: 2
- Técnicos Auxiliares de Servicios de Consejería: 9
- Auxiliares Administrativos: 5
- Administrativo de Biblioteca: 1

Total: 34 personas del PAS.

6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6)

Adecuación de las aulas

El Centro dispone de un total de 22 aulas, que permiten la coexistencia de 44 grupos repartidos entre un turno de mañana y otro de tarde. Su capacidad y ubicación se muestra en el siguiente cuadro:

UBICACIÓN	EDIFICIO PRINCIPAL																EDIFICIO ANEXO I		EDIFICIO ANEXO II (Instituto Murillo)					
	PLANTA BAJA			PLANTA PRIMERA				PLANTA SEGUNDA									1ª	2ª	PLANTA SEGUNDA	PLANTA TERCERA				
	1	2	3	P3	4	5	6	7	8	9	10	11	P1	12	P2	AULAS DE INFORMATICA(*)		13	14	15	16	17	18	19
CAPACIDAD	13	21	50	50	98	98	98	98	98	48	50	50	80	30	60	20	48	143	99	144	180	144	180	180

Todas las aulas disponen de los siguientes medios tecnológicos para impartir la docencia:

Equipo de megafonía.

Retroproyector.

Videoprojector.

Ordenador para el profesor.

Tableta gráfica.

Conexión a Internet (incluyendo inalámbrica).

Las aulas P1, P2 y P3 disponen de toma de corriente para todas las plazas de estudiantes.

El Centro dispone asimismo de un Salón de Actos dotado de teléfono, línea de Internet, videoprojector, ordenador multimedia, megafonía, retroproyector, pantalla y vídeo.

La Dirección del Centro considera adecuado que únicamente exista en los próximos cursos académicos un grupo del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Las aulas disponibles tienen capacidad suficiente para albergar a este número de grupos, aun teniendo en cuenta que en el Centro se va a impartir también la titulación de Graduado o graduada en Finanzas y Contabilidad, Graduado o graduada en Turismo y el Máster en Dirección Hotelera.

Por otra parte es importante destacar la no existencia de barreras arquitectónicas en el Centro.

Adecuación de la plataforma de enseñanza virtual:

La Universidad de Sevilla dispone de una plataforma de enseñanza virtual disponible en la siguiente página Web <https://ev.us.es>

Dicha plataforma tiene capacidad suficiente para albergar a todas las asignaturas de la titulación. Por otra parte, mediante la realización de los oportunos cursos de formación, el personal docente está en general capacitado para el uso de dicha plataforma.

Adecuación de los espacios destinados al trabajo y estudio de los alumnos:

El Centro dispone de biblioteca, salas de lectura y aulas de informática cuyos datos se aportarán en el apartado correspondiente. Además se dispone de un seminario habilitado para el trabajo en grupo de los estudiantes, con una capacidad para 15 alumnos y dotado con ordenador y TV para proyección de 50”.

Por otra parte en el patio del Edificio Principal se han habilitado un total 30 puestos de trabajo con toma de corriente para ordenadores portátiles y conexión Internet.

Adecuación de los espacios de personal del Centro:

El Centro cuenta con la siguiente infraestructura administrativa y de servicios:

Secretaría y Administración.

Dos zonas de Conserjería, una ubicada en el Edificio Principal y otra en el Anexo II (Instituto Murillo).

Copistería.

Cafetería.

Por otra parte, existen un total de 66 despachos para profesores.

Adecuación de la Biblioteca y de las Salas de Lectura:

La Biblioteca cuenta con fondos especializados con más de 32.000 monografías, enciclopedias, diccionarios etc., y más de 300 títulos de publicaciones periódicas a disposición de la Comunidad Universitaria. La Biblioteca dispone de bases de datos especializadas e interdisciplinarias en soporte informático, así como acceso a recursos electrónicos on line.

El Centro cuenta con dos salas de lectura con capacidad para 260 alumnos y dotada de toma de corriente eléctrica para todos los puestos y conexión a Internet. La biblioteca cuenta con una sala de recursos informáticos con 30 ordenadores con acceso a Internet, bases de datos y software académico.

El servicio de préstamo en la Biblioteca está disponible para todos los miembros de la Comunidad Universitaria debidamente autorizados. La Biblioteca ofrece el servicio de préstamo de ordenadores portátiles para la elaboración de trabajos en grupo.

La Biblioteca ofrece cursos de formación en competencias informacionales, (introductorios, especializados y la actividad de libre configuración "Fuentes de información en turismo"). El material bibliográfico a disposición de los usuarios se adecua perfectamente a las disciplinas y materias del Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Adecuación de la Salas de Informática del Centro:

Se dispone de tres Aulas de Informática para la docencia y la realización de prácticas libres por parte de los alumnos, con un total de 128 plazas disponibles.

Los medios de que disponen estas aulas son los siguientes:

Equipo de megafonía.

Videoprojector.

Ordenador para el profesor.

Tableta gráfica.

Conexión Internet para todos los puestos.

Diversos programas de software especializado.

Por otra parte, hay que destacar que las Aulas de Informática son gestionadas por técnicos especializados en dicha disciplina.

Accesibilidad y mantenimiento de recursos materiales:

La Universidad de Sevilla cuenta con un Servicio de Mantenimiento centralizado, dependiente de la Dirección General de Espacio Universitario, cuyo objetivo prioritario y estratégico es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades. Entre sus funciones figuran:

- Aseguramiento y control del correcto funcionamiento de las instalaciones que representan la infraestructura básica de los Centros y Departamentos.
- Acometer programas de mantenimiento preventivo.
- Realizar el mantenimiento correctivo de cualquier tipo de defecto o avería que se presente en la edificación y sus instalaciones.
- Promover ante los órganos correspondientes las necesidades en cuanto a obras de ampliación o reforma de instalaciones que sean necesarias.

Son responsabilidad de la Dirección General de Espacio Universitario (<http://institucional.us.es/viceinfra>) todas las actuaciones relativas a las infraestructuras universitarias: política y ejecución de obras, equipamiento, mantenimiento, así como la política de sostenibilidad y eficiencia energética de la Universidad.

Para ello cuenta con los Servicios de Equipamiento, Mantenimiento y Obras y Proyectos y con el Gabinete de Proyectos y Arquitecto de la Universidad de Sevilla.

Con todos estos recursos a su disposición, el objetivo prioritario y estratégico de la Dirección General de Espacio Universitario es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades.

La Universidad de Sevilla está desarrollando –y continuara haciéndolo- una activa de política de facilitación de la accesibilidad a los edificios e instalaciones universitarias así como a los recursos electrónicos de carácter institucional, siguiendo las líneas marcadas en el RD 505/2007 de 20 de abril, por el que se aprueban las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad para el acceso y utilización de los espacios públicos urbanizados y edificaciones.

6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles

Justificación de que los medios materiales y servicios clave disponibles (espacios, instalaciones, laboratorios, equipamiento científico, técnico o artístico, biblioteca y salas de lectura, nuevas tecnologías, etc.) son adecuados para garantizar el desarrollo de las actividades formativas planificadas, observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos.

6.2.- Gestión de las Prácticas externas

Información sobre Prácticas externas

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias:	2
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario):	

Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan las prácticas en varios idiomas):	35
Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan las prácticas en varios idiomas):	

La información actualizada de las prácticas del Máster se encuentra en el siguiente enlace:
<https://ftf.us.es/titulaciones/MUDPT/practicas>

El procedimiento de asignación de prácticas y tutorización está recogido en la normativa de prácticas específica para el Máster aprobada en Junta de Facultad y se puede encontrar en el siguiente enlace:

https://ftf.us.es/sites/ftf/files/Titulaciones/MASTER%20UDPT/Reglamento%20Pr%C3%A1cticas%20MUTUS_28092022.pdf

El sistema de prácticas externas del Máster y de la Facultad de Turismo y Finanzas se rige por el Procedimiento que regula las prácticas curriculares y extracurriculares de la Universidad de Sevilla que se encuentra en el siguiente enlace:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/mNxxJc74JL9Cb8m>

La relación de empresas e instituciones en las que los alumnos realizaron sus prácticas el último curso es la siguiente:

A.C.P. CERCANÍA CONSULTORES, S.L.
ALOHAMUNDI, S.L.
ASISTENCIA TÉCNICA CLAVE
AYRE GRAN VIA, S.L.
BARCELÓ ARRENDAMIENTOS PENÍNSULA S.L.
EXCMO. AYUNTAMIENTO DE BOLLULLOS DE LA MITACIÓN
FONTECRUZ SERVICIOS, S.L.
FUNDACIÓN PATRIMONIO INDUSTRIAL DE ANDALUCÍA
IDEAS 3493 SL
JOSÉ DAVID ALBARRÁN PERIÁÑEZ
JUAN ANTONIO ROSARIO, S.L.
MARÍA GÓMEZ AGUILAR
MASARVIX, S.L.
NH COLLECTION SEVILLA/NH HOTELES ESPAÑA S.A
PETIT PALACE HOTELES
SERVICIOS HOTELEROS 360 S.L
SYSTEM CENTROS DE FORMACIÓN, S.L.
UNUK SEVILLA CENTRO

7. Calendario de implantación

7.1.- Cronograma de implantación

Curso de inicio: 2010/2011

La presente adaptación de la memoria al formato establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, así como las modificaciones que conlleva, será de aplicación a partir del curso 2023/24.

Cronograma:

El curso académico de comienzo de implantación, en un único curso y grupo, del Título oficial de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla será 2010-2011, una vez sea aprobado por la ANECA y el Consejo de Universidades, y se incluya en el Registro de Universidades, Centros y Títulos.

7.2.- Procedimiento de adaptación

Los estudiantes que no hayan concluido el Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del

RD 56/05, impartido en los cursos 2008-2009 y 2009-2010, tendrán garantizada la continuación de sus estudios durante los cursos 2010-2011 y siguientes, teniendo en cuenta la normativa de la Universidad de Sevilla en cuanto se refiere a las convocatorias de exámenes.

Para los estudiantes que deseen adaptarse al nuevo título oficial de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla, se propone la siguiente tabla de equivalencia entre las materias del anterior y del nuevo plan de estudio. Una comisión del Centro analizará las situaciones no previstas en dicha tabla y podrá adoptar las medidas complementarias que procedan para posibilitar una transición ordenada y sin perjuicios para los estudiantes.

Adaptación del Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05 al de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla	
Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla
PRIMER PERIODO COMÚN	PRIMER PERIODO COMÚN
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
DIRECCIÓN FINANCIERA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	DIRECCIÓN FINANCIERA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
DIRECCIÓN COMERCIAL DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	DIRECCIÓN COMERCIAL DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
DIRECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	DIRECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
ANÁLISIS FINANCIERO EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	ANÁLISIS FINANCIERO EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. CONCEPTOS Y CONTENIDOS	PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. CONCEPTOS Y CONTENIDOS
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS AL TURISMO	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN APLICADOS AL TURISMO
ITINERARIO POLÍTICAS PÚBLICAS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS	ITINERARIO POLÍTICAS PÚBLICAS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS
FINANCIACIÓN PÚBLICA DE INICIATIVAS TURÍSTICAS	FINANCIACIÓN PÚBLICA DE INICIATIVAS TURÍSTICAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO	POLÍTICAS Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Adaptación del Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05 al de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla	
Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS	PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
REGIMEN JURÍDICO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	REGIMEN JURÍDICO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS
MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA EN DESTINOS TURÍSTICOS	MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA EN DESTINOS TURÍSTICOS
MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS A DIFERENTES ESCALAS	MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICAS A DIFERENTES ESCALAS
URBANISMO, ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y TURISMO SOSTENIBLE	URBANISMO, ORDENACIÓN DEL TERRITORIO Y TURISMO SOSTENIBLE
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS ESPECÍFICOS
GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL	GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL
ITINERARIO DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	ITINERARIO DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
ALTA DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	ALTA DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
REGIMEN MERCANTIL DE LA EMPRESA TURÍSTICA	REGIMEN MERCANTIL DE LA EMPRESA TURÍSTICA
REGIMEN FISCAL DE LA EMPRESA TURISTICA	REGIMEN FISCAL DE LA EMPRESA TURISTICA
CONTROL DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	CONTROL DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS
GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE	GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE
FINANZAS AVANZADAS EN EMPRESAS TURÍSTICAS	FINANZAS AVANZADAS EN EMPRESAS TURÍSTICAS

Adaptación del Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05 al de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla	
Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05	Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla
SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS
DIRECCION Y GESTIÓN DE OPERACIONES EN EMPRESAS TURÍSTICAS	DIRECCION Y GESTIÓN DE OPERACIONES EN EMPRESAS TURÍSTICAS
ITINERARIO GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	ITINERARIO GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO
CALIDAD DE SERVICIO Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	CALIDAD DE SERVICIO Y GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO
RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y RELACIONES LABORALES	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y RELACIONES LABORALES
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN POR PROCESOS	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN POR PROCESOS
SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
GESTIÓN DE LA EXCELENCIA Y TURISMO	GESTIÓN DE LA EXCELENCIA Y TURISMO
CALIDAD TURISTICA: ACCESSIBILIDAD Y SOSTENIBILIDAD	CALIDAD TURISTICA: ACCESSIBILIDAD Y SOSTENIBILIDAD
NORMAS DE CALIDAD EN ALOJAMIENTOS Y OTROS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	NORMAS DE CALIDAD EN ALOJAMIENTOS Y OTROS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS
NORMAS DE CALIDAD PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	NORMAS DE CALIDAD PARA EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
NORMAS DE CALIDAD EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS	NORMAS DE CALIDAD EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El proceso de adaptación derivado de las modificaciones en las asignaturas optativas de los itinerarios garantizará el derecho de los estudiantes a ser evaluados de las asignaturas que desaparecen de acuerdo con la normativa de evaluación de la Universidad de Sevilla.

Procedimiento:

Los estudiantes que permanezcan en el plan de estudios actual, tendrán garantizada la posibilidad de terminar sus estudios por este plan, mediante los mecanismos de extinción previstos en el **Reglamento General de Actividades Docentes** (Disposición Adicional Tercera), con la organización de tres convocatorias de examen en cada uno de los tres siguientes cursos a la extinción. Igualmente, tendrán la posibilidad de continuar sus estudios por el nuevo plan modificado mediante las adaptaciones oportunas, según la tabla siguiente:

Tabla de Adaptación Modificaciones Propuestas	
Plan Actual (asignaturas)	Plan Modificado (asignaturas)
<i>Dirección estratégica de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>	<i>Dirección estratégica de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>
<i>Dirección financiera de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>	<i>Dirección financiera de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>
<i>Dirección comercial de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>	<i>Dirección comercial de organizaciones turísticas, 3 créd.</i>
<i>Dirección de los recursos humanos en organizaciones turísticas, 3 créd.</i>	<i>Dirección de los recursos humanos en organizaciones turísticas, 3 créd.</i>
<i>Análisis financiero en organizaciones turísticas, 3 créd.</i>	<i>Análisis financiero en organizaciones turísticas, 3 créd.</i>
<i>Planificación de destinos turísticos. Conceptos y contenidos, 3 créd.</i>	<i>Planificación de destinos turísticos. Conceptos y contenidos, 3 créd.</i>
<i>Métodos de investigación aplicados al turismo, 3 créd.</i>	<i>Métodos de investigación aplicados al turismo, 3 créd.</i>
<i>Prácticas en entidades y empresas adecuadas al itinerario, , 2 créd.</i>	<i>Prácticas en entidades y empresas adecuadas al itinerario, , 2 créd.</i>
<i>Trabajo de Fin de Máster, 20 créd.</i>	<i>Trabajo de Fin de Máster, 20 créd.</i>
	Itinerario 1. Políticas Públicas de Planificación y Gestión Turísticas
<i>Financiación pública de iniciativas turísticas, 3 créd.</i>	<i>Financiación pública de iniciativas turísticas, 3 créd.</i>
<i>Políticas y administraciones públicas en el ámbito turístico, 3 créd.</i>	<i>Políticas y administraciones públicas en el ámbito turístico, 3 créd.</i>
<i>Promoción y comercialización de destinos turísticos, 3 créd.</i>	<i>Promoción y comercialización de destinos turísticos, 3 créd.</i>
<i>Régimen jurídico de los recursos turísticos, 3 créd.</i>	<i>Régimen jurídico de los recursos turísticos, 3 créd.</i>
<i>Museología y museografía en destinos turísticos, 3 créd.</i>	<i>Museología y museografía en destinos turísticos, 3 créd.</i>
<i>Métodos e instrumentos de planificación y gestión turísticas a diferentes escalas, 3 créd.</i>	<i>Métodos e instrumentos de planificación y gestión turísticas a diferentes escalas, 3 créd.</i>
<i>Urbanismo, ordenación del territorio y turismo sostenible, 3 créd.</i>	<i>Urbanismo, ordenación del territorio y turismo sostenible, 3 créd.</i>
<i>Normas de Calidad en los Destinos Turísticos, 3 créd.</i>	<i>Normas de Calidad en los Destinos Turísticos, 3 créd.</i>
<i>Gestión turística del patrimonio cultural, 3 créd.</i>	<i>Gestión turística del patrimonio cultural, 3 créd.</i>
	Itinerario 2. Dirección de Empresas Turísticas
<i>Alta dirección de empresas turísticas, 3 créd.</i>	<i>Alta dirección de empresas turísticas, 3 créd.</i>
<i>Calidad turística: Accesibilidad y sostenibilidad, 3 créd.</i>	<i>Calidad turística: Accesibilidad y sostenibilidad, 3 créd.</i>
<i>Régimen mercantil de la empresa turística, 3 créd.</i>	<i>Régimen mercantil de la empresa turística, 3 créd.</i>
<i>Régimen fiscal de la empresa turística, 3 créd.</i>	<i>Régimen fiscal de la empresa turística, 3 créd.</i>
<i>Control de gestión en empresas turísticas, 3 créd.</i>	<i>Control de gestión en empresas turísticas, 3 créd.</i>

<i>Gestión de las relaciones con el cliente, 3 créd.</i>	<i>Gestión de las relaciones con el cliente, 3 créd.</i>
<i>Finanzas avanzadas en empresas turísticas, 3 créd.</i>	<i>Finanzas avanzadas en empresas turísticas, 3 créd.</i>
<i>Dirección y Gestión de Operaciones en Empresas Turísticas, 3 créd.</i>	<i>Dirección y Gestión de Operaciones en Empresas Turísticas, 3 créd.</i>
<i>Gestión de la Excelencia y Turismo,, 3 créd.</i>	<i>Gestión de la Excelencia y Turismo,, 3 créd.</i>
	Itinerario 3. Turismo Inteligente
	<i>Investigación Cuantitativa y Análisis de datos en Turismo, 3 créd.</i>
	<i>Machine-Learning en Turismo, 3 créd.</i>
<i>Planificación y Gestión de Destinos Turísticos Específicos.</i>	<i>Principios y Dimensiones del Turismo Inteligente, , 3 créd.</i>
	<i>Revenue Management Avanzado, 3 créd.</i>
<i>Sistemas de información en Empresas Turísticas.</i>	<i>Transformación Digital en Turismo, 3 créd.</i>
	<i>Sostenibilidad, 3 créd.</i>
	<i>Marketing Digital en Turismo, 3 créd.</i>
<i>Normas de calidad en alojamientos y otros establecimientos turísticos.</i>	<i>Normalización y gestión turística inteligente, 3 créd.</i>
	<i>Innovación e Inteligencia Natural, 3 créd</i>
<i>Organización de Empresas Turísticas.</i>	
<i>Calidad de servicio y gestión de la calidad en el sector turístico.</i>	
<i>Organización y gestión por procesos.</i>	
<i>Sistemas integrados de gestión de la calidad.</i>	
<i>Normas de calidad para evaluar la satisfacción del cliente.</i>	
<i>Responsabilidad social corporativa y relaciones laborales.</i>	

7.3.- Enseñanzas que se extinguen

La impartición del título oficial de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla, lleva aparejada la extinción del Máster oficial en Dirección y Planificación del Turismo, del RD 56/05.

3003046-41008431 Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10)

8.1.- Sistema interno de garantía de calidad

(La universidad deberá incluir el enlace a la página web o documento público que contenga el SIGC que aplica al título que se propone y toda la documentación asociada a él)

El Sistema Interno de Garantía de Calidad del título es el establecido por la Universidad de Sevilla y que se actualiza periódicamente.

Tanto la versión actualizada como las históricas se pueden encontrar en el siguiente enlace:

<http://at.us.es/sist-garantia-calidad-titulos>

La información específica de la implantación y el desarrollo del SIGC aplicado al título se encuentra disponible en el siguiente enlace, siguiendo la ruta 'Datos del título' y después 'Información sobre el Sistema de Garantía de Calidad del Título':

<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-direccion-y-planificacion-del#edit-group-plan1>

8.2.- Medios para la información pública

(La universidad informará de los medios de información pública del plan de estudios con los que cuenta y que utilizarán para atender las necesidades del estudiantado, según memoria de verificación).

A. Sistema de Orientación y Tutoría de la Universidad de Sevilla

El Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT) de la Universidad de Sevilla, está concebido como el conjunto de los POATs de sus centros propios, dado que la idiosincrasia de cada uno determina que la orientación y la acción tutorial se concrete en acciones ajustadas a las necesidades específicas del alumnado y de los títulos que se imparten en ellos.

Estos Planes ofrecen al estudiantado la ayuda, acompañamiento y herramientas necesarias para que puedan afrontar con éxito los retos académicos, personales y profesionales que plantea la vida universitaria.

Sus objetivos son: atraer a nuevos estudiantes, prevenir el abandono de los estudios, asesorar en todas aquellas cuestiones relacionadas con su trayectoria académica, facilitar el desarrollo de competencias transversales y fomentar el aprovechamiento de oportunidades formativas, favorecer la elaboración de un proyecto profesional y vital, fomentar la participación en todos los aspectos de la vida universitaria (formación, gestión, investigación, cultura, ...) y facilitar y acompañar el proceso de transición a estudios posteriores y/o al mundo laboral.

El POAT se define como un programa de acciones coordinadas que integra actividades de tutoría, información, orientación preuniversitaria, orientación académica, orientación personal y orientación postuniversitaria para preuniversitarios, estudiantes de Grado, Máster y Doctorado, estudiantes entrantes de movilidad nacional e internacional y estudiantes con necesidades académicas especiales.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/orientacion-universitaria>

Salón de estudiantes

Es uno de los eventos de mayor relevancia que programa la Universidad de Sevilla con el objetivo de apoyar al alumnado universitario en la transición a sus estudios de posgrados. El Salón incluye información sobre la oferta de Máster y actividades vinculadas a los estudios de Posgrado, convirtiéndose así en herramienta estratégica global para la orientación universitaria.

Presentación de oferta Posgrado

Los centros organizan actividades de promoción de su oferta de másteres oficiales facilitando información diferenciada de la oferta de másteres profesionalizantes y otros másteres orientados a la continuación de los estudios de doctorado.

Participación en ferias nacionales e internacionales:

La Universidad de Sevilla, a través de los Vicerrectorados de Estudiantes y Proyección Institucional e Internacionalización, se acerca a los futuros estudiantes de posgrado en sus lugares de procedencia

participando en eventos de orientación tanto en la Comunidad Autónoma Andaluza, en otras Comunidades y en el extranjero, tanto de manera presencial como virtual.

En estos eventos, además, se presentan los distintos servicios disponibles y todas las posibilidades de participación en la vida universitaria.

B. Información en Internet

La Universidad de Sevilla tiene un Portal web de Máster Universitario, destinado a estudiantes potenciales de posgrado, que incluye información sobre acceso a las titulaciones de máster universitario de la Universidad, guía de titulaciones, planes de estudio y asignaturas, perfil esperado, criterios de acceso, especialidades, centros responsables, Trabajos Fin de Máster y prácticas, becas, alojamiento y actividades de orientación.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres>

Igualmente, en el Portal web de la Universidad existe un apartado de Acceso y Matrícula donde se puede obtener información actualizada sobre la reglamentación de aspectos relevantes para el futuro alumnado de másteres universitarios, como pueden ser los procesos de acceso, admisión y matrícula.

Dirección web <https://www.us.es/estudiar/acceso-matricula>

Asimismo, en el Portal web de la universidad existe un apartado con información específica sobre Acceso, Admisión y Matrícula, Becas y Ayudas y Premios y Distinciones.

Direcciones web:

<https://www.us.es/estudiar/acceso-a-la-us>

<https://www.us.es/estudiar/becas-ayudas>

Se destaca la existencia de un canal específico, telemático, centralizado en el Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil, dedicado a la atención exclusiva a estudiantes. Se trata del Centro de Atención a Estudiantes (CAT), consistente en:

- Un Portal web con información al día sobre todas las materias ya mencionadas: Oferta Académica, Acceso, Admisión, Matrícula, POAT, Becas, y, sobre todo, con el despliegue para la Participación Estudiantil, Formación Transversal y actividades de diferente naturaleza planificadas para los estudiantes.
Dirección web: <https://cat.us.es/>
- Un servicio telemático de respuesta a consultas para los estudiantes, atendido por un equipo de profesionales especializado, que reciben miles de consultas anualmente.
Enlace <https://servicio.us.es/catdes/contacto>
- Un asistente virtual, chatbot CATi, basado en Inteligencia Artificial, que responde de forma inteligente a las consultas que realizan los estudiantes y es capaz de enviar consultas al propio CAT si el usuario lo desea.

Por otro lado, en el procedimiento P9 del Sistema de Garantía de Calidad del Título (apartado 9) se establecen los mecanismos que se deben seguir en la Universidad de Sevilla para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados, con el fin de que llegue a todos los grupos de interés (miembros de la comunidad universitaria, futuros estudiantes, agentes externos y la sociedad en general). La aplicación de dicho procedimiento garantiza, entre otras cuestiones relacionadas con la difusión del título, la existencia de un sistema accesible de información previa a la matriculación.

C. Revista y folletos de orientación dirigidos a estudiantes potenciales

El Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla edita folletos informativos de su amplia oferta de estudios de Máster. Sus contenidos se presentan en formato papel y en formato electrónico, accesibles en los diferentes portales indicados. Estos folletos detallan específicamente los criterios de acceso y admisión, así

como las salidas profesionales y las posibilidades de continuar estudios en cada caso.

D. Información específica que pueda incluir el Centro

La información pública del título se encuentra disponible y actualizada en los dos siguientes enlaces:

<https://ftf.us.es/titulaciones/MUDPT>

<https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres/master-universitario-en-direccion-y-planificacion-del#edit-group-plani>

E. Perfil de ingreso

Dado el carácter multidisciplinar del Máster, siempre es recomendable una buena base en Lengua Española, Lengua Extranjera, Historia del Arte, Geografía y Literatura. Adicionalmente, pueden apuntarse una serie de características y habilidades deseables en el estudiante que desee cursar la titulación, tales como:

Carácter sociable y extrovertido.

Interés por las diferentes culturas del mundo.

Sensibilidad por los temas sociales.

Interés por las actividades recreativas

Capacidad para las relaciones personales

Dotes comerciales

Capacidad de trabajo en equipo

Capacidad de acción e iniciativa

Facilidad para la comunicación

Facilidad para los idiomas.

Iniciativa y espíritu emprendedor

8.2.1. Apoyo y Orientación a Estudiantes, una vez matriculados

A. Procedimiento de acogida a estudiantes

A cumplimentar con información específica del Centro

B. Seguimiento y orientación de estudiantes

El Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil ofrece un servicio presencial y telefónico, personalizado, de orientación con el objetivo de apoyar a los estudiantes en su transición hacia estudios de niveles superiores y vida profesional.

También promueve la participación estudiantil en sus diferentes ámbitos: representación estudiantil, formación transversal, aula de debate, mentoría, asociacionismo, proyectos, divulgación, etc., todo ello conforme al Plan de Participación Estudiantil.

El Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (<http://servicio.us.es/spee/>) dependiente del Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento, y con el Servicio de Prácticas en Empresas y la Unidad de Orientación e Inserción Profesional (<http://servicio.us.es/spee/empleo-servicio-orientacion>) como unidades dependientes del mismo, facilitan la conexión entre los estudiantes de la Universidad de Sevilla, de Grado y Máster, y los recién egresados con el mundo laboral. Para ello se tramitan las prácticas en empresas e instituciones, que son una primera aproximación al mismo. También es responsabilidad del Secretariado la

coordinación con los Centros de los programas de prácticas en empresas curriculares, incluidos en los Planes de Estudio de los títulos oficiales y propios de la Universidad de Sevilla.

El Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria (<https://sacu.us.es/>) se ofrecen a los alumnos asesoramiento y asistencia técnica pedagógica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-pedagogica>) y asesoría psicológica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-psicologica>). Esta asesoría, además de atención individualizada para todos los miembros de la comunidad universitaria, desarrolla las siguientes actividades:

- Rendimiento Académico: Desde la Asesoría Psicológica se propone un curso para la mejora del rendimiento académico, donde se facilitarán las estrategias necesarias para optimizar el tiempo de estudio de los estudiantes. A lo largo del curso académico se imparten diversos seminarios en el Pabellón de Uruguay.
- Asesoramiento Vocacional: Este tipo de asesoramiento va dirigido a aquellos estudiantes que se encuentran en situación de incertidumbre respecto al desarrollo de su carrera universitaria. Su objetivo es clarificar las expectativas, metas y creencias que se tienen con respecto a la titulación (tanto de los estudios que se cursan como de los que se pretenden realizar) y la puesta en funcionamiento de actividades que puedan ayudar a la persona en el proceso de toma de decisión para una elección más realista y eficaz de los estudios a realizar en la Universidad de Sevilla.

La Universidad de Sevilla tiene como objetivo estratégico conseguir la integración plena y efectiva de todas aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten algún tipo de discapacidad, tanto en el acceso y permanencia en la Institución como en su posterior integración en el mundo laboral y en la sociedad. Para ello dispone de un Plan Integral de Atención a las Necesidades de Apoyo para Personas con Discapacidad o con Necesidad de Apoyo por Situación de Salud Sobrevenida que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://sacu.us.es/ne-plan-integral>.

Asimismo, la Universidad de Sevilla cuenta con una unidad de igualdad para el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre mujeres y hombres, así como con un Plan de Igualdad que sistematiza y concreta las medidas dirigidas, por un lado, a evitar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo y, por otro, a establecer acciones con las que promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que puede consultarse en el siguiente enlace: http://igualdad.us.es/?page_id=817.