



Centro Responsable: **Facultad de Turismo**

Centro/s en que se imparte: **Facultad de Turismo**

Créditos: **60 ECTS**  
**(1 año)** Rama: **Ciencias Sociales y Jurídicas** Tipo Enseñanza: **Presencial**

Precio recomendado: **29,57 €/ crédito matriculado**  
**(precios públicos 15-16)** Horario: **Tarde** Número de Plazas: **35**

Lenguas utilizadas:  
**Castellano**

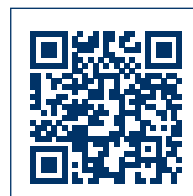
## Perfil de acceso recomendado

Está dirigido a quienes posean un título de Grado o equivalente (licenciado/a, ingeniero/a o arquitecto/a), con acceso preferente a estudiante de las titulaciones de Turismo y de la rama de Ciencias Sociales, así como de las titulaciones de Informática y Telecomunicaciones.



### FACULTAD DE TURISMO

Campus de Teatinos. Calle León Tolstoi, s/n. 29071. Málaga.  
secretario@turismo.uma.es  
Tel. secretaría: 952 13 32 37  
www.uma.es/cipd  
www.uma.es/master-en-turismo-electronico



### Máster Universitario en Turismo Electrónico: Tecnologías Aplicadas a la Gestión y Comercialización del Turismo

**UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**



## Descripción

El Máster en Turismo Electrónico: Tecnologías Aplicadas a la Gestión y Comercialización del Turismo proporciona una formación especializada y altamente cualificada en fundamentos, técnicas, aplicaciones y herramientas TICs para empresas y destinos turísticos. La Universidad de Málaga ofrece este título único en nuestro país para formar expertos que aúnen conocimientos en Turismo y Tecnología, dos de los sectores más dinámicos y con mayor demanda de empleo en la actualidad.

## Objetivos

- Adquisición de los conocimientos, destrezas y competencias necesarias para la adecuada utilización de tecnologías en empresas y destinos turísticos bajo un enfoque profesional y práctico, profundizando en el carácter multidisciplinar (tecnológico, empresarial, comercial, legal, etc.) del Turismo Electrónico.
- Adquisición de las capacidades necesarias para desempeñar un papel innovador, prospectivo y proactivo en el ámbito profesional del turismo.
- Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas complejos propios del Turismo Electrónico en niveles profesionales medios y altos.
- Capacidad para planificar y liderar equipos multidisciplinarios, combinando eficazmente la aportación de participantes con formación tecnológica y empresarial.
- Aprendizaje de técnicas de trabajo en equipo, identificando las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo de los diferentes miembros del mismo.

## Preinscripción y acceso

La preinscripción y el acceso al Máster se efectúa conforme a los procedimientos establecidos por Distrito Único Andaluz, en los plazos y condiciones fijadas para todos los Másteres Universitarios Oficiales que se imparten en las universidades públicas andaluzas (más información en <http://www.infouma.uma.es/acceso/>).

## Empleabilidad

Son numerosos los informes y estudios en los que se indica que en los próximos años habrá una demanda creciente de expertos en aplicación de nuevas tecnologías en el sector turístico, y en particular en las áreas de revenue management, comercio on-line, análisis de datos, gestión de canales y redes sociales.

Entre las posibles salidas profesionales de este Máster destacan las de gestor de canales de comercialización on-line, gestor estratégico de ventas (revenue manager), consultoría tecnológica especializada en el sector turístico, dirección tecnológica de empresas turísticas, dirección tecnológica de organismos gestores de destinos turísticos, creación y dirección de empresas de base tecnológica en el sector turístico, responsable de I+D+i (consultor, asesor, analista), desarrollador de aplicaciones en el sector turístico, profesor o investigador.

## Plan de estudios

<b>Módulo I. FORMACIÓN BÁSICA EN ETOURISM</b>	<b>ECTS</b>
ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	6
SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE GESTIÓN TERRITORIAL	6
ASPECTOS LEGALES DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO Y REDES SOCIALES	6
LA MARCA Y LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN SITIOS WEB TURÍSTICOS	6
ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN ON-LINE	6
<b>Módulo II. INNOVACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN WEB</b>	<b>ECTS</b>
GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN ON-LINE	3
ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE SITIOS WEB DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	3
DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SITIOS WEB DE CONTENIDO TURÍSTICO	3
INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN TURISMO	3
<b>Módulo III. SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA</b>	<b>ECTS</b>
ANÁLISIS DE DATOS PARA TOMA DE DECISIONES EN ENTORNOS TURÍSTICOS	3
SEGURIDAD EN ENTORNOS TECNOLÓGICOS	5
APLICACIONES MÓVILES PARA EL SECTOR TURÍSTICO	3
SISTEMAS INMÓTICOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS	4
<b>Módulo IV. PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS</b>	<b>ECTS</b>
PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	6
<b>Módulo V. TRABAJO FIN DE MÁSTER</b>	<b>ECTS</b>
TRABAJO FIN DE MÁSTER	12