



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO

PROGRAMACIÓN DOCENTE

Curso 2012-2013

ÍNDICE

INFORMACIÓN Y SERVICIOS	2
PLAZOS DE SOLICITUD DE AMPLIACIONES DE MATRÍCULA DE DIPLOMADO EN TURISMO	3
PLAZOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS	3
CALENDARIO DOCENTE DE GRADUADO EN TURISMO	4
CALENDARIO DIPLOMADO EN TURISMO	5
CALENDARIO DOCENTE DE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACION DEL TURISMO	6
PROGRAMAS DE MOVILIDAD	7
REGLAMENTO DE LIBRE CONFIGURACIÓN CURRICULAR DE DIPLOMADO EN TURISMO	12
ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE DIPLOMADO EN TURISMO	
Asignaturas de Primer Curso	17
Asignaturas de Segundo Curso	18
Asignaturas de Tercer Curso	19
PROGRAMA ACADÉMICO DE DIPLOMADO EN TURISMO	
<u>Programación de Primer Curso (sin docencia)</u>	
Inglés I.....	21
Francés I	23
Alemán I	25
Introducción al derecho civil.....	29
Contabilidad	31
Estadística básica	32
Sistemas informáticos aplicados al turismo.....	34
<u>Programación de Segundo Curso (sin docencia)</u>	
Derecho privado de la empresa turística.....	36
Organización y gestión de empresas	40
Estructura de mercados	44
Recursos territoriales turísticos	49
Patrimonio cultural	52
Contabilidad financiera de empresas turísticas.....	53
Fundamentos de marketing.....	54
Estructura económica del sector turístico	57
Legislación laboral en el sector Turístico	78
Inglés II.....	80
Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces	82
<u>Programación de Tercer Curso</u>	
Operaciones y procesos de producción	61
Marketing turístico	63
Prácticas de turismo.....	65
Derecho administrativo turístico	66
Psicología social del turismo	68
Sociología del turismo	72
Administración de recursos humanos en el sector turístico	75
Geografía turística de Andalucía.....	83

Técnicas de animación turística	87
Técnicas de la operativa financiera aplicadas al turismo	91
Régimen fiscal del turismo	93
Tecnologías de información turísticas	95
Tecnología de la comunicación audiovisual	97
ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO EN TURISMO	100
PROGRAMA ACADÉMICO DE GRADUADO EN TURISMO	
<u>Programa académico de Primer Curso</u>	
Geografía general y regional del turismo	107
Inglés Aplicado al Turismo I	110
Introducción a la Economía	115
Organización y Gestión de Empresas	120
Sistemas Informáticos aplicados al Turismo	124
Alemán Aplicado al Turismo I	127
Francés Aplicado al Turismo I	133
Gestión del patrimonio cultural	139
Introducción a la estadística	142
Introducción al derecho	146
Microeconomía y Macroeconomía aplicadas al turismo	149
<u>Programación de Segundo Curso</u>	
Administración de recursos humanos en las empresas turísticas	157
Análisis de los recursos territoriales turísticos	160
Gestión de bases de datos del turismo	164
Indicadores económicos del turismo	166
Inglés aplicado al turismo II	172
Alemán aplicado al turismo II	176
Derecho mercantil de la empresa turística	181
Estructura económica del turismo	185
Francés aplicado al turismo II	192
Fundamentos de marketing	198
Introducción a la contabilidad	200
<u>Programación de Tercer Curso</u>	
Análisis de Mercados Turísticos	204
Contabilidad de Empresas Turísticas	210
Inglés Aplicado al Turismo III	213
Marketing Turístico	216
Psicología Social del Turismo	220
Derecho Administrativo Turístico	225
Difusión Turística del Patrimonio Cultural	228
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo	231
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	233
Planificación Territorial y Turismo Sostenible	237
<u>Programación de Cuarto Curso</u>	
Análisis de la oferta complementaria de servicios turístico	240
Contabilidad de gestión de empresas turísticas	244
Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos	248
Gestión del territorio en destinos turísticos	250
Historia económica y social del turismo	252
Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas	254
Legislación laboral en el sector turístico	258
Marketing para empresas y productos turísticos	260
Sociología del turismo	263

Tecnología de los alimentos y gastronomía.....	265
Tecnologías Web aplicadas al turismo.....	268
Creación de empresas turísticas	270
Geografía turística de Andalucía.....	272
Prácticas en empresas e instituciones turísticas	274
Trabajo fin de grado	277
POSGRADO EN TURISMO	281
PROGRAMA ACADÉMICO DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	
Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	286
Habilidades Directivas	289
Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	292
Planificación y Gestión Territorial Turística	295
Tecnologías aplicadas al e-tourism	298
Creación y comercialización de productos turísticos	300
Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	302
El Mercado: su conocimiento, atención y fidelización	304
Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	306
Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	309
Gestión del medio natural y desarrollo local	312
Gestión económico-financiera de empresas turísticas	315
Gestión y divulgación del patrimonio cultural	317
Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	319
Metodología para la investigación en turismo	321
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	323
Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	325
TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	328
Trabajo fin de Máster	330
ASIGNACIÓN DOCENTE GRADO EN TURISMO	334
ASIGNACIÓN DOCENTE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	374
HORARIOS DE CLASE DE GRADUADO EN TURISMO	380
HORARIOS DE CLASE DE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	399
CALENDARIO DE EXÁMENES DE DIPLOMADO EN TURISMO	
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre .	406
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer cuatrimestre	407
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre	408
Convocatoria extraordinaria de repetidores asignaturas del primer cuatrimestre	409
Segunda convocatoria ordinaria de exámenes de septiembre.	410
CALENDARIO DE EXÁMENES DE GRADUADO EN TURISMO	
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre	412
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre	414
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre	415
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer cuatrimestre	416
Segunda convocatoria ordinaria de exámenes de septiembre	417

CALENDARIO DE EXÁMENES DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre	420
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre.....	420
Segunda convocatoria ordinaria de todas las asignaturas	421
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre	422
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer semestre	422

EQUIPO DE DIRECCIÓN

D. Antonio Guevara Plaza
DECANO

D.^a M^a Dolores Fernández de la Torre Madueño
VICEDECANA

D.^a Inmaculada Martín Rojo
VICEDECANA

D. Andrés Aguayo Maldonado
VICEDECANO

D. Enrique Navarro Jurado
VICEDECANO

D. Ángel Morales Baño
VICEDECANO

D. Antonio Peláez Verdet
SECRETARIO

D.^a Eva I. González Guerrero
VICESECRETARIA

INFORMACIÓN Y SERVICIOS

1. Teléfonos y direcciones de interés.

Secretaría del Centro

Teléfonos: 952 133 237 y 952 133 238.
Fax: 952 133 263.e-mail: secretario@turismo.uma.es

Conserjería: 952 132 932 y 952 132 901.

Biblioteca: Tlfno: 952 133 277.

Web de la Facultad de Turismo: www.turismo.uma.es

2. Secretaría.

El horario de atención al público: de 9 a 14 horas de lunes a viernes y de 16 a 18 horas de lunes a jueves. Este horario se modifica durante los periodos no lectivos y se informará del mismo en los tabloneros de anuncio de la Secretaría y en la web del centro.

3. Instalaciones y servicios

A. Aulas de Informática.

El centro posee dos aulas de informática para docencia. Fuera del horario lectivo son de libre acceso para que los alumnos puedan realizar prácticas, consultas bibliográficas, etc.

B. Biblioteca.

- Se sitúa en la planta baja del edificio y cuenta con:
- 4 puestos para consulta de material Bibliográfico.
 - 1 ordenador de acceso libre a Internet.
 - 4 Ordenadores portátiles para consulta y acceso a Internet.
 - 100 puestos de Lectura

C. Laboratorio de Idiomas.

Estas instalaciones son de libre acceso y cuentan con 17 puestos de ordenador, 50 puestos de conexión analógica, y acceso a canales de TV vía satélite. Igualmente dispone de equipos de digitalización tanto de audio como de video a disposición del profesorado.

D. Reprografía.

Los alumnos del centro disponen de un servicio de reprografía ubicado en los bajos del Aula Magna.

F. Enseñanza virtual de la Facultad de Turismo.

Los alumnos pueden dirigirse a la plataforma de Enseñanza Virtual de la Universidad de Málaga en la siguiente dirección (en donde podrán encontrar la información correspondiente a las asignaturas adscritas a los Departamentos con docencia en la Facultad de Turismo):
<http://www.turismo.cv.uma.es/>

AMPLIACIONES DE MATRÍCULA PARA LA TITULACIÓN DE DIPLOMADO EN TURISMO

Además de los supuestos contemplados en la GUÍA PARA LA MATRICULACIÓN DE ESTUDIANTES 2012-2013, los alumnos matriculados de los estudios de Diplomado en Turismo podrán ampliar su matrícula sin necesidad de alegar causa alguna, hasta un máximo de dieciocho créditos en total.

Las matrículas formalizadas como resultado de una solicitud de ampliación deberán ser liquidadas por la totalidad de los precios públicos correspondientes y únicamente generarán el derecho a la prestación de los servicios docentes posteriores al momento de su formalización.

PLAZO DE SOLICITUD

CUALQUIER ASIGNATURA
Hasta el día 22 de noviembre de 2012
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE Y ASIGNATURAS ANUALES
Desde el 14 de enero hasta el 12 de abril de 2013

PLAZOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS:

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE DICIEMBRE

En cualquier caso, deben ser asignaturas matriculadas por segunda o sucesivas veces.

Diplomado en Turismo: Del 5 al 9 de noviembre de 2012

Para alumnos/as que le resten un máximo de veintisiete créditos para finalizar sus estudios.

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 5 al 9 de noviembre de 2012.

Para alumnos/as que le resten un máximo de dieciocho créditos para finalizar sus estudios.

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE FEBRERO

Para asignaturas del 2º cuatrimestre y para asignaturas anuales, **siempre que se encuentren matriculadas por segunda o sucesivas veces.**

Diplomado en Turismo: Del 10 al 16 de enero de 2013.

Graduado en Turismo: Del 10 al 16 de enero de 2013.

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 10 al 16 de enero de 2013.

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JUNIO

Para asignaturas del 1º cuatrimestre, **siempre y cuando sean matriculadas por segunda o sucesivas veces.**

Diplomado en Turismo: Del 13 al 17 de mayo de 2013.

Graduado en Turismo: Del 20 al 24 de mayo de 2013.

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 13 al 17 de mayo de 2013.

CALENDARIO DOCENTE CURSO 2012/2013

GRADO EN TURISMO

PRIMER SEMESTRE:

Periodo de clases:

Del 1 de octubre al 21 de diciembre de 2012 (corte de clases en Navidad) y del 8 al 25 de enero de 2013.

Periodo de exámenes:

Del 29 de enero al 15 de febrero de 2013 (ambos incluidos).

El periodo corresponde a la convocatoria ordinaria de las asignaturas del primer semestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas anuales y del segundo semestre.

SEGUNDO SEMESTRE:

Periodo de clases:

Del 18 de febrero al 7 de junio de 2013, excepto Semana Santa (22 de marzo al 1 de abril)

Cuarto curso: del 18 de febrero al 3 de mayo de 2013.

Periodo de exámenes: *

Del 10 de junio al 5 de julio de 2013 (ambos inclusive), excepto para las asignaturas de cuarto curso que será del 6 al 10 de mayo de 2013.

El periodo corresponde a la convocatoria ordinaria de las asignaturas anuales y del segundo semestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas del primer semestre.

EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE:

Del 2 al 20 septiembre de 2013 (ambos inclusive).

DÍAS NO LECTIVOS:

Además de las fiestas locales y nacionales:

- 2 de noviembre de 2012.
- 7 de diciembre de 2012.
- 28 de enero de 2013. Santo Tomás de Aquino.
- 1 de marzo de 2013. Patrón del Centro.

DIPLOMADO EN TURISMO

CALENDARIO DE EXÁMENES.

1. Convocatoria ordinaria de las asignaturas del primer cuatrimestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre:
 - Del 29 de enero al 15 de febrero de 2013 (ambos incluidos).
2. Convocatoria ordinaria de las asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas del primer cuatrimestre:
 - Del 10 de junio al 5 de julio de 2013 (ambos inclusive)
3. EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE:
 - Del 2 al 20 septiembre de 2013 (ambos inclusive).

ASIGNATURA PRÁCTICAS DE TURISMO.

*El periodo de entrega de la memoria de la **Asignatura Prácticas de Turismo**, para cada convocatoria, se puede consultar en el apartado del calendario de exámenes.

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

PRIMER SEMESTRE

Periodo de clases

Del 22 de octubre de 2012 al 18 de enero de 2013.

Periodo de exámenes

Del 21 de enero al 2 de febrero de 2013

SEGUNDO SEMESTRE

Periodo de clases

Del 04 de febrero de 2013 al 24 de mayo 2013

Periodo de exámenes

Del 30 de mayo al 9 de julio de 2013

EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE

Del día 2 al 19 de septiembre de 2013.

DÍAS NO LECTIVOS

Además de las fiestas locales y nacionales:

- 2 de noviembre de 2012.
- 7 de diciembre de 2012.
- 28 de enero de 2013. Santo Tomás de Aquino.
- 1 de marzo de 2013. Patrón del Centro.

PROGRAMAS DE INTERCAMBIO (MOVILIDAD ESTUDIANTIL)

ERASMUS

El código Erasmus de la Universidad de Málaga es: E MALAGA01

Fax: 952 133 263 / 952 132 092

La Facultad tiene firmados convenios de intercambio en el marco de los programas Erasmus con las siguientes Universidades:

CONVENIOS DE INTERCAMBIO DE LA FACULTAD DE TURISMO CON UNIVERSIDADES EXTRANJERAS PROGRAMA ERASMUS

IDIOMA ALEMÁN (GERMAN LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	PAÍS (COUNTRY)
• Best Sabel University of applied Sciences of Berlín	D BERLIN	Alemania (Germany)
• Hochschule Heilbronn	D HEILBRO01	Alemania (Germany)
• Hochschule für Angewandte Wissenschaften	D MUNCHEN06	Alemania (Germany)
• Hochschule Bremen	D BREMEN04	Alemania (Germany)
• Hochschule Harz	D WERNIGE01	Alemania (Germany)
• International School of Management	D DORTMUN04	Alemania (Germany)
• Universität Lüneburg	D LUNEBUR01	Alemania (Germany)
IDIOMA FRANCÉS (FRENCH LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	PAÍS (COUNTRY)
• Haute École Charlemagne de la Communauté Française	B LIEGE43	Bélgica (Belgium)
• Haute Ecole de la Communauté Française en Hainaut.	B HAINAUT	Bélgica (Belgium)
• Lycée Moulin a Vent	F PERPIGN12	Francia (France)
• Université de Provence, Aix-Marseille I	F MARSEIL01	Francia (France)
• Université D'Artois	F ARRAS12	Francia (France)
• Université Paul Sabatier. IUT Tarbes	F TOULOUSE03	Francia (Toulouse)
IDIOMA INGLÉS (ENGLISH LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	PAÍS (COUNTRY)
• Birmingham College of Food, Tourism and Creative Studies	UK BIRMING04	Reino Unido (United Kingdom)
• Hogeschool Tio	NL HENGEL006	Holanda (Holland)
• Höskolan I Skövde	S SKOVDE01	Suecia (Sweden)

• IMC FH Krems University of Applied Sciences	A KREMS03	Austria (Austria)
• Katholieke Hogeschool Leuven	B LEUVEN18	Bélgica (Belgium)
• Liverpool John Moores University	UK LIVERPO02	Reino Unido (United Kingdom)
• Mittuniversitet	S MIDSWED01	Suecia (Sweden)
• NHTV Breda University of Applied Sciences	NL BREDA10	Holanda(Holland)
• Southampton Solent University	UK SOUTHAM04	Reino Unido (United Kingdom)
• Turística College of Tourism, Universidad de Primorska	SI KOPER03	Eslovenia (Slovenia)
• University School of Physical Education Cracow	PL KRAKOW12	Polonia (Poland)
• Yeditepe University (Estambul)	TR ISTANBUL21	Turquía (Turkey)
IDIOMA ITALIANO (ITALIAN LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	PAÍS (COUNTRY)
• Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM di Milano	I MILANO05	Italia (Italy)

Normativa aprobada en Junta de Centro de la Facultad de Turismo de fecha 13 de diciembre de 2005 sobre los “PROGRAMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL SÓCRATES-ERASMUS”, modificada en sesión ordinaria de Junta de centro de la Facultad de Turismo el 13 de julio de 2011.

1. Los alumnos que resulten seleccionados para participar en un programa o convenio de movilidad deberán formalizar un **documento de compromiso previo de reconocimiento** (impreso Acuerdo Académico), en el que se indicarán las asignaturas que van a cursar en la universidad de destino, así como las asignaturas correspondientes al plan de estudios que vienen cursando en la Universidad de Málaga, cuyo reconocimiento obtendrán como consecuencia de la superación de aquéllas. (según Tablas de Reconocimiento)

2. La determinación de la mencionada solicitud de reconocimiento se efectuará, en su caso, con arreglo a lo dispuesto en la respectiva “Tabla de Reconocimiento”. Dicho reconocimiento debe estar cumplimentado con anterioridad al plazo de finalización de matrícula que cada curso académico establece, con carácter general, la Universidad de Málaga.

3. El mencionado documento adquirirá carácter definitivo cuando se encuentre firmado por el alumno, el coordinador académico, y el Presidente de la Comisión de Convalidaciones, Adaptaciones y Equivalencias de la Facultad de Turismo (como muestra del citado reconocimiento). Las modificaciones que se produzcan en el mismo deberá ser objeto de autorización expresa por parte del coordinador académico y por la Comisión de Convalidaciones, Adaptaciones y Equivalencias de Facultad de Turismo.

El plazo para realizar las modificaciones del **Compromiso Previo de Reconocimiento** (impreso Acuerdo Académico), de acuerdo con las normas de matriculación de la Universidad de Málaga y la normativa de movilidad estudiantil, será el siguiente:

- Alumnos con estancia en el primer cuatrimestre: hasta el 4 de noviembre
- Alumnos con estancia en el segundo cuatrimestre: hasta el 1 de marzo
- Alumnos con estancia en el primer y segundo cuatrimestre: hasta el 4 de noviembre

En el caso de que cualquiera de los días anteriormente señalados sea inhábil el plazo finalizaría el siguiente día hábil.

4. Una vez formalizado el “Compromiso previo de reconocimiento de estudios” los estudiantes deberán efectuar el pago de los precios públicos correspondientes al total de créditos cuyo reconocimiento se pretende como resultado de los estudios a cursar en la universidad de destino.

5. El documento para efectuar el mencionado pago podrá obtenerlo en la Secretaría Facultad de Turismo, sin necesidad de especificar ninguna asignatura a matricular, sino únicamente aportando el correspondiente “Compromiso previo de reconocimiento de estudios”.

6. Una vez finalizada su estancia en la universidad de destino, el estudiante deberá solicitar del órgano competente en dicha universidad la expedición de una certificación académica, para su constancia personal, acreditativa de los estudios realizados, con indicación de la denominación de las correspondientes asignaturas o actividades, los créditos obtenidos y la calificación alcanzada, todo ello de acuerdo con los términos previstos en el respectivo programa o convenio de movilidad.

Asimismo, el citado órgano competente remitirá un ejemplar de dicha certificación académica al Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Málaga, para su constancia oficial. Dicha certificación será posteriormente remitida al coordinador de relaciones internacionales y movilidad de la Facultad de Turismo, para su traslado al respectivo coordinador académico a efectos de la cumplimentación del “Acta de Reconocimiento Académico”, y posteriormente, tras su correspondiente comprobación recabará la preceptiva firma del Presidente de la Comisión de Convalidaciones, Adaptaciones y Equivalencias del Centro y trasladará el acta a la Secretaría de dicho centro a efectos de su correspondiente constancia en el expediente académico del alumno, previa solicitud de éste.

7. El “Acta de Reconocimiento Académico” establecerá las calificaciones, correspondientes al sistema universitario español, que procede incorporar al expediente académico del respectivo estudiante, en las asignaturas reconocidas, como resultado del proceso de adecuación de las calificaciones obtenidas en la universidad de origen. Las mencionadas calificaciones se imputarán de oficio en dicho expediente en la primera convocatoria ordinaria del respectivo curso académico.

8. En ningún caso será posible el reconocimiento, mediante el procedimiento de movilidad estudiantil previsto en las presentes normas, de un número de créditos superior al 40% de la carga lectiva global del título de Graduado/a en Turismo y Diplomado en Turismo hasta su total extinción.

9. El reconocimiento máximo de créditos será el siguiente (en función de la duración de la estancia del alumno):

60 créditos por curso completo

30 créditos por semestre o cuatrimestre

20 créditos por trimestre

PROGRAMA ISEP

El programa ISEP es una red formada por 275 instituciones de enseñanza superior en unos 39 países de todo el mundo. En Estados Unidos, área geográfica en la que la Universidad de Málaga centra sus intercambios, existen más de 100 instituciones de enseñanza superior elegibles para realizar un período de estudios de grado y postgrado (doctorados y master) en la mayoría de las áreas de estudio. Por primera vez y a partir de la convocatoria de plazas del curso 2005-2006, el programa se abrió a través de ISEP-International a nuevos países en América, Europa, Asia y África: Austria, Canadá, Finlandia, Japón, Corea, Holanda, Suecia, Suiza y Reino Unido.

Entre los mayores atractivos de ISEP se encuentra la considerable reducción de los gastos de alojamiento, manutención y matrícula, gracias al sistema de reciprocidad directa entre la UMA y las instituciones de acogida. Los candidatos formalizarán los pagos de alojamiento y manutención en Málaga. De esta forma, evitarán las diferencias de costes de su estancia en otros países donde el coste de la vida es muy superior.

Los estudiantes podrán consultar la oferta de estudios, así como las instituciones que participan en el programa en la página Web www.isep.org (sección de estudiantes internacionales).

Para más información sobre el programa ISEP en la Universidad de Málaga, consultar la convocatoria oficial o contactar con Programas de Movilidad.

PROGRAMAS DE INTERCAMBIO CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

SICUE/ SENECA

Con objeto de potenciar la movilidad estudiantil de los alumnos de la Universidad de Málaga con otras Universidades españolas, la Universidad de Málaga convoca plazas para aquellos estudiantes que deseen realizar parte de sus estudios en otras Universidades a través del Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios Españoles (SICUE), dando con ello cumplimiento al acuerdo de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) de 18 de febrero de 2000, dónde se firmó el acuerdo marco del SICUE.

Más información en www.uma.es. Vicerrectorado de Estudiantes.
<http://www.uma.es/ficha.php?id=3966>

DIPLOMADO EN TURISMO

REGLAMENTO PARA EL RECONOCIMIENTO DE LIBRE CONFIGURACIÓN POR EQUIVALENCIA DE LA FACULTAD DE TURISMO PARA LA TITULACIÓN DE DIPLOMADO EN TURISMO

(Aprobado por la Junta de Centro el día 22 de junio de 2005)

CAPÍTULO I. NORMAS GENERALES

De acuerdo con el *Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia* de la UMA, los alumnos de la Facultad de Turismo podrán obtener hasta 9 créditos de libre configuración por equivalencia en concepto de:

A. Prácticas tuteladas en empresas e instituciones públicas o privadas, con los que se haya suscrito el correspondiente convenio de colaboración (Art. 5.1.a.).

B. La realización de trabajos académicamente dirigidos e integrados en el plan de estudios, u otras actividades de colaboración igualmente tutorizadas (becas de colaboración, alumnos internos.). (Art. 5.1.b)

C. Realización de estudios en el marco de convenios nacionales e internacionales suscritos por la universidad de Málaga (Art. 5.1.c.).

D. Otras actividades contempladas en el artículo 5 del Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia de la UMA.

CAPITULO II. PRÁCTICAS EN EMPRESAS

1) De acuerdo con lo que determina el actual plan de estudios, se podrán reconocer hasta 9 créditos por la realización de prácticas en empresas e instituciones públicas o privadas, a razón de 15 horas por crédito, y de acuerdo con lo estipulado por el Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia de la UMA.

2) Las actividades realizadas deberán estar relacionadas con los conocimientos adquiridos en la Titulación de Diplomado en Turismo.

3) Al finalizar las prácticas el alumno podrá solicitar, en los plazos establecidos y mediante instancia a través de la Secretaría del Centro, la concesión de créditos por equivalencia. A tales efectos deberá presentar el correspondiente informe favorable del Vicerrectorado con competencia en la materia, que tendrá carácter determinante (Art. 15 a.)

CAPÍTULO III. TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS

1) De acuerdo con lo que determina el actual plan de estudios, se podrán reconocer hasta 9 créditos por la realización de trabajos académicamente dirigidos por un profesor del Centro, con una equivalencia de 15 horas por crédito.

2) Como trabajos académicamente dirigidos, la Facultad de turismo podrá reconocer:

a. Aquellos trabajos elaborados por los alumnos distintos a los necesarios para la evaluación de asignaturas del plan de estudios. Los trabajos versarán sobre cualquier materia del plan de estudios correspondiente al área de conocimiento a la que pertenezca el profesor que los dirija.

b. La participación del alumno como "Voluntario de investigación" en algún proyecto de Investigación dirigido por un profesor del Centro.

3) Una vez evaluado el "trabajo académicamente dirigido" o la actividad como "voluntario de investigación" el alumno podrá solicitar el reconocimiento de créditos de libre configuración por equivalencia, debiendo presentar en la Secretaria del Centro la solicitud correspondiente y la documentación siguiente:

* Un ejemplar del trabajo realizado, en el caso de "trabajos académicamente dirigidos", o una memoria de las actividades desarrolladas, cuando se trate de tareas como "voluntario de investigación"

* Informe razonado del director del trabajo, indicando el número de horas dedicadas por el alumno y el grado de formación alcanzado por éste.

CAPÍTULO IV. REALIZACIÓN DE ESTUDIOS A TRAVÉS DE PROGRAMAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y CONVENIOS SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.

Se reconocerán automáticamente como créditos de Libre Configuración los estudios cursados y superados en el marco de estos programas que figuren como equivalentes a dichos créditos en el Compromiso Previo de Reconocimiento Académico suscrito por el Director, el Coordinador Académico y el alumno.

CAPÍTULO V. OTRAS ACTIVIDADES A. CURSOS Y SEMINARIOS

1) De acuerdo con el *Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia* de la UMA, los cursos y seminarios deberán estar organizados por Centros, Departamentos, Servicios u otros órganos oficiales de la Universidad de Málaga.

2) Los cursos y seminarios deberán tener alguna afinidad con los contenidos del plan de estudios de Diplomado en Turismo.

3) Se reconocerá un máximo de 8 créditos

1. Los Cursos y Seminarios que formen parte de la oferta de titulaciones propias de la Universidad de Málaga, serán valorados en los términos aprobados en Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga (Art. 6 del Reglamento de enseñanzas propias de la Universidad de Málaga). Estos Cursos y Seminarios deberán tener alguna afinidad con los estudios de Diplomado en Turismo.

2. El reconocimiento de los Cursos y Seminarios que no formen parte de la oferta de Enseñanzas y Títulos propios de la Universidad de Málaga, serán valorados a razón de 15 horas por crédito.

4) Para el reconocimiento de las actividades solicitadas, los alumnos deberán aportar los correspondientes diplomas, títulos o justificantes acreditativos, que deberán estar firmados y sellados o registrados por el organismo correspondiente.

5) Las solicitudes deberán acompañarse del correspondiente certificado o título de suficiencia, así como del programa y duración en horas de los mismos.

6) Para su reconocimiento, el curso o seminario deberá tener el mínimo de horas equivalente a 1 crédito.

7) Las horas cursadas en los diferentes cursos y seminarios no son acumulables.

B. IDIOMAS.

1) Sólo se reconocerán los estudios realizados en Centros oficiales (Escuela Oficial de Idiomas, cursos impartidos por Departamentos y Centros Universitarios españoles, Cursos desarrollados en Universidades extranjeras con las que exista el correspondiente convenio), de acuerdo con los siguientes criterios.

A. Estudios realizados en la Escuela Oficial de Idiomas:

a) 5 créditos por cada 120 horas superadas.

b) 1 crédito por cada 20 horas de colaboración en los centros bilingües por parte de los alumnos que cursen el último año de la titulación, hasta un máximo total de 5 créditos.

Los alumnos deberán aportar certificación académica oficial de los estudios realizados.

B. Cursos realizados en Departamentos y Centros de la Universidad de Málaga:

* De acuerdo con una equivalencia de 15 horas por crédito.

* Será requisito necesario el haber obtenido la certificación de suficiencia

* Se requerirá certificación en la que se haga constar el número de horas y la calificación obtenida.

* El documento o título acreditativo deberá estar debidamente sellado y/o registrado por el Centro o Departamento correspondiente.

C. Se podrá reconocer hasta un máximo de 4 créditos, aplicables a la carga lectiva exigida para la libre configuración curricular, por cursar y superar en la Universidad de Málaga asignaturas correspondientes a planes de estudios conducentes a títulos de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, impartidas en lengua inglesa, a excepción de aquellas cuya impartición en dicha lengua sea una exigencia de su propio contenido. El número de créditos a reconocer será el equivalente al 40% de la carga lectiva de la respectiva asignatura, redondeado al alza por fracciones de 5 décimas de punto, previa certificación expedida al efecto por el profesor que haya impartido dicha asignatura en lengua inglesa.

D. Cursos realizados en otros centros universitarios nacionales o extranjeros:

- Se reconocerá un máximo de 4,5 créditos, de acuerdo con una equivalencia de 15 horas por crédito.
- Sólo se reconocerán créditos de libre configuración si existe convenio de colaboración con la Universidad de Málaga.
- Será requisito necesario el haber obtenido la certificación de suficiencia
- Se requerirá certificación en la que se haga constar el número de horas y la calificación obtenida.
- El documento o título acreditativo deberá estar debidamente sellado y/o registrado por el Centro o Departamento correspondiente.

E. Cursos realizados en otros centros públicos o privados, previo convenio con la Facultad de Turismo.

C. ACTIVIDADES DEPORTIVAS.

- Se podrán reconocer hasta un máximo de ocho créditos, aplicables a la carga lectiva exigida para la libre configuración curricular, por realización de actividades deportivas en equipos y/o competiciones en representación de la Universidad de Málaga. Este reconocimiento se hará a razón de un crédito por cada veinte horas de actividad en equipos federados del Club Deportivo Universidad de Málaga y/o participación en las selecciones que presente la Universidad de Málaga en los Campeonatos de Andalucía Universitarios o Campeonatos de España Universitarios, así como representando a España en las competiciones organizadas por la Federación Internacional de Deporte Universitario (FISU).
- La realización de actividades deportivas en equipos federados y/o competiciones oficiales distintas de las anteriores se reconocerá a razón de un crédito por cada veinte horas de actividad, hasta un máximo de cuatro créditos.
- De acuerdo el artículo 15.f del Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia de la, estas actividades deberá venir informadas por el Vicerrectorado con competencia en la materia, que tendrá carácter determinante

D. PRESTACIONES DE INTERÉS SOCIAL.

- Se reconocerá un máximo de 4,5 créditos, a razón de 20 horas por crédito.
- De acuerdo con el Artículo 15.e. del *Reglamento para el reconocimiento de estudios universitarios por convalidación, adaptación o equivalencia* de la UMA, estas actividades deberán venir informadas favorablemente por el Vicerrectorado correspondiente. Cuando tales prestaciones se refieran a actividades de voluntariado, únicamente serán valorables las realizadas en organizaciones no gubernamentales inscritas en el Registro General de Entidades de Voluntariado de Andalucía o en entidades con las que la Universidad de Málaga haya suscrito el oportuno convenio de colaboración.

E. ESTUDIOS EN CONSERVATORIOS SUPERIORES DE MÚSICA, ARTE DRAMÁTICO, DANZA.

- Por estudios en Conservatorios Superiores de Música, Arte Dramático o Danza, se reconocerán hasta 9 créditos por la superación del ciclo superior completo.

F. ACTIVIDADES DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL.

En aplicación del art. 15.g del Reglamento para el reconocimiento de estudios universitario por convalidación, adaptación o equivalencia de la Universidad de Málaga, se podrán reconocer hasta un máximo de nueve créditos, aplicables a la carga lectiva exigida para la libre configuración curricular, por la realización de actividades de representación estudiantil universitaria.

A estos efectos, se consideran actividades de representación estudiantil universitaria la pertenencia a órganos de gobierno y/o representación de la Universidad de Málaga y comisiones emanadas de éstos, previstas en los Estatutos o en sus normas de desarrollo, así como a los comités de evaluación de titulaciones, departamentos y servicios.

El reconocimiento se efectuará conforme al siguiente criterio: un crédito por cada año de pertenencia al órgano de representación y/o gobierno o a las referidas comisiones, con un máximo de tres créditos por año, y de nueve créditos en total, acreditada fehacientemente mediante certificación expedida por el presidente o secretario del órgano colegiado, en la que se haga constar la pertenencia al mismo, así como la asistencia regular del interesado, que deberá ser equivalente a dos tercios de sus sesiones ordinarias y extraordinarias.

ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS
DIPLOMADO EN TURISMO
(a extinguir)

ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

DIPLOMADO EN TURISMO (a extinguir)

PRIMER CURSO

Extinguido.

TRONCALES Y OBLIGATORIAS	CRÉDITOS	TEMPORALIDAD
Inglés I	9	Anual
Francés I	9	Anual
Alemán I	9	Anual
Sistemas informáticos aplicados al turismo	9	Anual
Introducción a la Economía	6	Cuatrimestral (1º)
Geografía general y regional del turismo y del Ocio	4,5	Cuatrimestral (1º)
Estadística básica	4,5	Cuatrimestral (1º)
Introducción al Derecho Civil	4,5	Cuatrimestral (2º)
Contabilidad	6	Cuatrimestral (2º)
Economía: Microeconomía y Macroeconomía aplicadas al sector turístico	6	Cuatrimestral (2º)

◆ **Opciones de idiomas.**

El/la alumno/a debe elegir entre una de las siguientes opciones de idiomas:

- ✓ Opción A : Inglés - Francés
- ✓ Opción B : Inglés - Alemán
- ✓ Opción C : Francés - Alemán

SEGUNDO CURSO

(Sin Docencia, los alumnos matriculados en el curso académico 2011/2012 solo tienen derecho a examen)

TRONCALES Y OBLIGATORIAS	CRÉDITOS	TEMPORALIDAD
Organización y gestión de empresas	9	Anual
Recursos territoriales turísticos	9	Anual
Estructura de mercados	6	Cuatrimstral (1º)
Derecho privado de la empresa turística	4,5	Cuatrimstral (1º)
Contabilidad financiera de empresas turísticas	4,5	Cuatrimstral (1º)
Patrimonio cultural	6	Cuatrimstral (1º)
Estructura económica del sector turístico	6	Cuatrimstral (2º)
Fundamentos de marketing	4,5	Cuatrimstral (2º)

OPTATIVAS CRÉDITOS TEMPORALIDAD

Bases de datos y el sector turístico	4,5	Cuatrimstral (2º)
Historia del turismo	4,5	Cuatrimstral (1º)
Inglés II	4,5	Cuatrimstral (1º)
Francés II	4,5	Cuatrimstral (1º)
Alemán II	4,5	Cuatrimstral (1º)
Grandes momentos del arte español	4,5	Cuatrimstral (2º)
Contabilidad de gestión de empresas turísticas	4,5	Cuatrimstral (2º)
Geografía de España y sus regiones turísticas	4,5	Cuatrimstral (2º)
Monumentos arqueológicos de interés turísticos	4,5	Cuatrimstral (2º)
Legislación laboral del sector turístico	4,5	Cuatrimstral (2º)
Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces	4,5	Cuatrimstral (2º)

Asignaturas optativas:

Los alumnos deberán elegir por un total de 9 créditos de las propuestas para este curso.

Cuando se elijan las asignaturas de idiomas como optativas se deberá tener en cuenta las opciones anteriormente especificadas

TERCER CURSO

(Sin Docencia, los alumnos matriculados en el curso académico 2011/2012 solo tienen derecho a examen)

TRONCALES Y OBLIGATORIAS	CRÉDITOS	TEMPORALIDAD
Prácticas de turismo	10	Anual
Marketing turístico	6	Cuatrimestral (1º)
Psicología social del turismo	4,5	Cuatrimestral (1º)
Sociología del turismo	4,5	Cuatrimestral (2º)
Operaciones y procesos de producción	6	Cuatrimestral (2º)
Derecho administrativo turístico	4,5	Cuatrimestral (2º)
Administración de recursos humanos en el sector turístico	4,5	Cuatrimestral (2º)

OPTATIVAS	CRÉDITOS	TEMPORALIDAD
Geografía turística de Andalucía	4,5	Cuatrimestral (1º)
Técnicas de animación turística	4,5	Cuatrimestral (1º)
Tecnologías de información turística	4,5	Cuatrimestral (2º)
Los museos en España	4,5	Cuatrimestral (1º)
Los espacios naturales como recurso Turístico	4,5	Cuatrimestral (1º)
Régimen fiscal del turismo	4,5	Cuatrimestral (1º)
Técnicas de la operativa financiera aplicada al turismo	4,5	Cuatrimestral (2º)
Planificación y gestión comercial de empresas turísticas	4,5	Cuatrimestral (2º)
Derecho internacional privado del turismo	4,5	Cuatrimestral (2º)
Tecnología de la comunicación audiovisual	4,5	Cuatrimestral (2º)
Sociología de las empresas turísticas	4,5	Cuatrimestral (1º)

Libre configuración "ad hoc"

Tecnologías de los alimentos y gastronomía	12	Anual
Italiano	9	Anual

Asignaturas optativas:

Los alumnos deberán elegir por un total de 13,5 créditos de las propuestas para este curso.

La impartición de las asignaturas quedará condicionada a que se matriculen al menos 10 alumnos por asignatura. En caso de que no se alcance el mínimo de matrículas propuesto, se abrirá un plazo para que los alumnos elijan entre las asignaturas que cumplan con dicho requisito.

Asignaturas de libre configuración:

Los alumnos deberán cursar a lo largo de la carrera un total de 22,5 créditos de las asignaturas ofertadas por la Universidad de Málaga como "Libre Configuración". También podrán obtener créditos de "Libre Configuración" cursando materias optativas que excedan del número de créditos optativos que el alumno tenga que cursar según su plan de estudios.

PROGRAMA ACADÉMICO
DIPLOMADO EN TURISMO



Asignatura:	101 (4560) Inglés I				
Titulación:	Diplomado en Turismo				
Créditos teóricos:	6	Horas teoría:	60		
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30	Duración:	Anual
Área:	(345A) FILOLOGÍA INGLESA				

OBJETIVOS GENERALES:

En este primer curso se pretende que los alumnos alcancen un dominio de la lengua inglesa a nivel intermedio-alto ("vantage" B2, según el Marco Común de Referencia Europeo).
En términos generales se pretende que el alumnado desarrolle las competencias dedicadas tanto a la comprensión como a la producción oral y escrita.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1. Módulo Lingüístico General

1.1. Estudio de la lengua inglesa a un nivel intermedio alto en los tres niveles fonológico, morfo-sintáctico y léxico:

- 1.1.1. Verbos.
- 1.1.2. Verbos Modales.
- 1.1.3. Artículos y nombres.
- 1.1.4. Pronombres y determinantes.
- 1.1.5. Adjetivos y adverbios.
- 1.1.6. Oraciones de relativo.
- 1.1.7. Oraciones condicionales.
- 1.1.8. Conjunciones y preposiciones.
- 1.1.9. Voz pasiva.
- 1.1.10. Estilo indirecto.

1.2. Desarrollo de los contenidos funcionales a un nivel intermedio alto con especial atención a la propiedad de registro:

- 1.2.1. Gustos, preferencias y opiniones.
- 1.2.2. Sugerencias y recomendaciones.
- 1.2.3. Ruegos, peticiones e invitaciones.
- 1.2.4. Quejas y disculpas.
- 1.2.5. Posibilidad y probabilidad.
- 1.2.6. Permiso, prohibición y capacidad.
- 1.2.7. Descripciones.
- 1.2.8. Discusión de diversos puntos de vista.

2 Módulo Lingüístico Específico:

2.1. Estudio de la terminología específica y estructuras morfo-sintácticas más habituales con relación al ámbito turístico, en torno a los siguientes campos:

- 2.1.1. Agencias de viajes y Tour operadores.
- 2.1.2. Hoteles.
- 2.1.3. Medios de transporte.
- 2.2. Introducción al inglés comercial
- 2.2.1. Terminología comercial básica.
- 2.2.2. Redacción de currícula y cartas.
- 2.2.3. Entrevistas de trabajo.
- 2.2.4. Conversaciones telefónicas.
- 2.2.5. Reuniones y trato personal

3 Módulo Socio-cultural

Estudio de diversos aspectos del mundo anglosajón, de interés turístico y en relación con la futura actividad profesional del alumnado.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

ALCARAZ et al. Diccionario de términos de Turismo y de Ocio. Inglés-Español, Spanish- English. Barcelona: Ariel, 2000.



- BRENNAN, F., *The Fruitcake Special and other stories*: Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Collins Cobuild English Language Dictionary Londres: Collins 1987.
- Concise Larousse Inglés-español , Español-Inglés .1996
- CUNNINGHAM, S y B.BOWLER *New Headway Pronunciation Course. Intermediate.* Oxford 1999.
- DAHL, R., *Tales of the Unexpected.* Londres: Penguin, 1979, 1984
- GARWOOD, C., et al. *Aspects of Britain and the USA.* Oxford: Oxford University Press, 1992.
- HANCOCK, M. *English pronunciation in use.* Cambridge University press, 2003
- JONES, L., *Welcome (English for Travel and Tourism) .* Cambridge University Press, 1998.
- Longman Advanced Dictionary. Inglés-Español, Español-inglés. 2003
- MIODUSZEWSKA, M., et al. *Check point: English in Tourism.* Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.
- MURPHY, R., *English Grammar in Use (2nd ed.)* Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- NAYLOR, H., *When Summer Comes.* Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Oxford Dictionary of Business English. Oxford: Oxford University Press.
- Oxford Español-Inglés, Inglés-Español. Oxford: Oxford University Press, 1994.
- POHL, A., *Business English: Hotel and Catering.* Harmondsworth: Penguin, 1996.
- POWELL, M., *In Company.* Macmillan. 2003.
- SÁNCHEZ BENEDITO, F. *Gramática Inglesa (8ª ed).* Pearson Longman, 2004.
- SCOTT, CRISH Y ROGER HOLT. *First Class (English for Tourism)* Oxford: Oxford University Press, 1992.
- STRUTT, P., *English for International Tourism. Intermediate Students ¿Book.* Longman-Pearson Education Limited. 2003.
- STRUTT, P., *English for International Tourism. Intermediate Workbook.* Longman-Pearson Education Limited. 2003.
- SWAN, M., *Practical English Usage* Oxford: Oxford University Press, 1994.
- SWAN, M., Y C. WALTER, *How English Works .* Oxford: Oxford University Press, 1997.
- WALKER, R., *Tourism 2. Oxford English for Careers.* Oxford University Press, 2007.
- WEST, C., (ed.) *From the Cradle to the Grave.* Oxford : Oxford University Press

METODOLOGÍAS

Asignatura sin docencia. Solo con derecho a examen.

EVALUACIONES

Asignatura sin docencia. Solo con derecho a examen. Examen de los contenidos de la asignatura.



Asignatura:	102 (4561) Francés I				
Titulación:	Diplomado en Turismo				
Créditos teóricos:	6	Horas teoría:	60		
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30	Duración:	Anual
Área:	(335A) FILOLOGÍA FRANCESA				

OBJETIVOS GENERALES:

Desarrollar las subcompetencias comunicativas escritas así como la comprensión oral en los ámbitos tanto de la vida cotidiana como los propios del turismo.

Conocer y poner en práctica los medios lingüísticos y las estrategias comunicativas propias del medio empresarial turístico, así como los usos de intercambio, fundamentalmente en relación con el cliente. Iniciar a la expresión oral en situaciones sencillas y habituales dentro de las empresas turísticas.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos lingüísticos

- A - Morfología y sintaxis del grupo nominal
 - Género y número de nombres y adjetivos.
 - Determinantes: adjetivos demostrativos, posesivos y artículos
 - Los numerales (cardinales y ordinales)
 - El partitivo (formación y sintaxis)
 - El complemento del nombre
 - Pronombres demostrativos
 - Pronombres interrogativos
 - Pronombres relativos simples
 - Adjetivos interrogativos y exclamativos
 - Pronombres personales
 - El pronombre personal adverbial (EN/Y)
 - Pronombres posesivos
 - Los grados del adjetivo I: tipos de comparación
 - Los grados del adjetivo II: el superlativo
- B - Morfología y sintaxis del grupo verbal
 - Los grupos verbales (verbos regulares e irregulares)
 - Tiempos simples y tiempos compuestos (morfología y usos)
 - El indicativo (todos los tiempos, salvo el pretérito indefinido y su compuesto)
 - Las perífrasis verbales
 - La concordancia del participio pasado
 - El imperativo
- C - Elementos de relación, modalización y localización
 - Adverbios de modo (-ment)
 - Adverbios y locuciones adverbiales (I)
 - Conjunciones y locuciones conjuntivas (I)
 - Preposiciones y locuciones prepositivas (I)
- D- Sintaxis de la oración
 - El sujeto: tipos y usos
 - El objeto directo e indirecto
 - Orden de los pronombres personales objeto.
 - La negación
 - La interrogación directa.
 - La presentación o énfasis parcial: c_est. qui/que.
 - Introducción al estudio de la oración compuesta.
 - Introducción a la voz pasiva.

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos funcionales y de especialiad

I. INTRODUCCIÓN AL MUNDO DEL TURISMO

Se présenter et parler de son métier. Identifier les partenaires du tourisme et leurs fonctions. Accueillir, informer et assister le touriste à l'office de tourisme. Orienter. Indiquer la direction. Identifier les principaux bâtiments de la ville. Renseigner à propos des manifestations culturelles, sportives, etc. Répondre aux demandes écrites et par téléphone.



II. LOS MEDIOS DE TRANSPORTE

Les moyens de transport, les horaires. Renseigner à l'aéroport. Accueillir et informer les passagers. Vendre des billets de trains.

III. EN LA AGENCIA DE VIAJES

Préparation d_un séjour : moyens de transport, renseignements sur les hôtels, réservation d_une chambre.

IV. EL ALOJAMIENTO Y LA RESTAURACIÓN

Répondre avec précision aux demandes des clients. S_informer auprès des hôteliers et des restaurateurs. Répondre à une réclamation. La réservation au restaurant: par téléphone. Suggérer. Identifier les plats au menu. Connaître les diverses modalités de paiement. Prendre congé_

V. LA CIUDAD, UNA VISITA GUIADA

Visiter la ville et présenter ses monuments. Une visite guidée à Paris : histoire, architecture, monuments.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

CORBEAU, S., DUBOIS, CH. y PENFORNIS, J.-L. Tourisme.com. Méthode de français professionnel du tourisme. Clé international 2004 Manual

METODOLOGÍAS

Sin docencia

EVALUACIONES

NÚMERO DE PRUEBAS DEL EXAMEN FINAL y COMPONENTES DE LA CALIFICACION:

Se realizarán dos tipos de pruebas necesarias para aprobar la asignatura:

- a) Una prueba escrita (80 %)
- b) Una prueba de comprensión oral (20 %)

CRITERIOS DE CORRECCIÓN :

Las correcciones se regiran por criterios de funcionalidad, segun los principios de la didactica funcional.

Profesora encargada de la evaluacion: Carmen Cortes Zaborras



Asignatura:	103 (4562) Alemán I				
Titulación:	Diplomado en Turismo				
Créditos teóricos:	6	Horas teoría:	60		
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30	Duración:	Anual
Área:	(320A) FILOLOGÍA ALEMANA				

OBJETIVOS GENERALES:

Adquisición de conocimientos prácticos básicos para desarrollar la competencia oral y escrita (nivel usuario básico - A1) que les permita competir en el mercado de trabajo del sector turístico así como desenvolverse en la cultura y sociedad de cualquier país germano-parlante.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1.- Módulo lingüístico general:

1.1.Contenidos gramaticales:

0. Características generales de la lengua alemana

1. Introducción a la fonética

2. El artículo determinado e indeterminado

- Género y número
- Declinación (nominativo, acusativo y dativo)

3. El verbo I (presente de indicativo)

- Sein und haben
- Verbos regulares
- Verbos irregulares
- Verbos separables e inseparables
- Verbos modales

4. El verbo II (imperativo)

- Verbos regulares
- Verbos irregulares
- Verbos separables e inseparables

5. El verbo III (pretérito perfecto de indicativo)

- Verbos regulares
- Verbos irregulares
- Verbos separables e inseparables

6. El verbo IV (pretérito imperfecto de indicativo)

- Sein und haben

7. El sustantivo

- Género
- Número

8. La negación

- Nein, nicht, kein-

9. El pronombre

- Personal (nominativo, acusativo y dativo)
- Posesivo (nominativo, acusativo y dativo)
- Determinado e indeterminado (nominativo, acusativo y dativo)
- Interrogativo
- Impersonal

10. La preposición

- Preposiciones de dativo
- Preposiciones de acusativo
- Wechselpräpositionen

1.2.Nociones y contenidos funcionales



Las nociones y contenidos funcionales así como las construcciones discursivas utilizadas responden a las situaciones comunicativas más frecuentes en las que supuestamente el alumno tendrá que desempeñar su labor profesional, como ejemplo citaremos las siguientes:

- * Establecer contacto con alguien, presentarse a sí mismo y a otros.
- * Saludos y despedidas.
- * Conversaciones telefónicas
- * Pedir y dar información personal
- * Describir personajes, objetos, lugares, edificios, el camino, etc.
- * Expresar obligación y/o ausencia de obligación
- * Expresar necesidad, agrado y desagrado
- * Preguntar sobre preferencias
- * Invitaciones y cumplidos
- * Hablar acerca de rutinas, hábitos, planes de futuro e intenciones
- * Aceptar y ofrecer o rehusar ayuda, invitaciones, comidas, etc.
- * Averiguar y describir lo que está sucediendo
- * Pedir y dar permiso, consejos, sugerencias, disculpas.
- * Narrar hechos pasados

2. Módulo lingüístico de contenido específico:

Terminología específica y estructuras morfo-sintácticas más habituales en relación a los siguientes campos:

- * Alojamiento (recepción, bar, tienda.)
- * Gastronomía
- * Medios de transportes
- * Información al turista (horarios, excursiones, días de fiesta, orientación en la ciudad.)

3. Módulo socio-cultural :

El contenido cultural no constituirá por sí mismo objetivo directo de la programación. Ahora bien, se atenderá al mismo como vehículo normal de adquisición de la competencia comunicativa, particularmente en lo referido a los países en los que se habla la lengua objeto de estudio. Los campos estructuradores que se consideran de interés son:

1. Aspectos geográficos.
2. Política y economía.
3. Sociedad.
4. Medios de comunicación social.
5. Manifestaciones culturales.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- DREYER, H. Y SCHMITT, R. Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik. Verlag für Deutsch. 1996
- EISENBERG, P. Grundriss der deutschen Grammatik. Das Wort Metzler 2004
- EISENBERG, P. Grundriss der deutschen Grammatik. Der Satz Metzler 2004
- KIND, U. y BROSCHEK, E. Deutsch Vergnügen. Deutsch lernen mit Rap und Liedern Langenscheidt 2006
- LUSCHER, R. y SCHÄPERS, R. Gramática del alemán contemporáneo Max Hueber 1981
- MEINERT, R. Die deutsche Deklination und ihre didaktische Probleme Lucidum 1989
- SLABY, R.J. Y GROSSMANN, R. Diccionario de las lenguas española y alemana Herder 1994
- WAHRIG, G. Deutsches Wörterbuch Bertelsmann Lexikon 1994
- CORCOLL, B. y R. Programm. Alemán para hispanohablantes. Ejercicios Herder 2000
- CORCOLL, B. y R. Programm. Alemán para hispanohablantes. Gramática. Herder 2000
- FISCHER, P. Begleitübungen zur Grundstufe Hueber 1993
- FUNK, H. ; KUHN, C. ; DEMME, S. Studio d - A1 Deutsch als Fremdsprache. Kurs- und Übungsbuch Cornelsen 3-464-20707-2 2005
- GÖTZ, D. ; HAENSCH, G. ; WELLMANN, H (ed.) Langenscheidts Grosswörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Langenscheidt 1995
- HELBIG, G/ BUSCHA, J. Übungsgrammatik Deutsch Langenscheidt 1991



NIEMANN, R.M.; KIM, D.H. Studio d Deutsch als Fremdsprache Sprachtraining A1 Cornelsen 2006

OTTO, E. y RUPPERT, E. Gramática suscita de la lengua alemana Herder 1990

REIMANN, M. Grundstufen-Grammatik Hueber 1996

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

BARBERIS P. Y BRUNO, E. Deutsch im Hotel 1 Max Hueber Verlag 2000

BARBERIS P. Y BRUNO, E. Deutsch im Hotel 2 Max Hueber Verlag 2000

BECHER, G. Diplomatura en Turismo - Manual de Alemán I y II. Las Palmas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria 1999

BECKER, N y otros Unternehmen Deutsch Grundkurs Klett 2004 Manual de clase

BORRUECO, R.M. Reisen. Deutsch als Fremdsprache für das Tourismusstudium. Síntesis 1999



BORRUECO, R.M. Reisen. Deutsch als Fremdsprache für das Tourismusstudium. Arbeitsbuch Síntesis 2000

CLALÜNA-HOPF, M. y PLETTENBERG, M. Deutsch im Beruf. Hotellerie und Gastronomie. Teil I. Dürr + Kessler. 1998

GRANDI, N Zimmer Frei Neu. Deutsch im Hotel. Arbeitsbuch. Langenscheidt 2001

GRANDI, N Zimmer Frei Neu. Deutsch im Hotel. Lehrbuch. Langenscheidt 2001

HERNÁNDEZ MEDINA, J.J. Alemán para fines turísticos: contenidos gramaticales, vocabulario, material cultural y ejercicios Universidad de Almería 2003

WEITZDÖRFER, E. Dialoge Fachsprache Deutsch: Touristik. Unterwegs! Video , Begleitheft, CD-Rom. FH Kempten 2000

METODOLOGÍAS

Asignatura sin docencia.

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Se realizará un examen escrito final que constará de los cuatro tipos de pruebas siguientes:

- a) Gramática
- b) Expresión escrita
- c) Comprensión oral
- d) Comprensión escrita

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

La calificación final del alumno vendrá determinada por la suma de las diferentes partes que engloban el examen escrito final: gramática (50%), expresión escrita (10%), comprensión oral (20%) y comprensión escrita (20%).



Asignatura:	104 (4563) Introducción al derecho civil		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(130A) DERECHO CIVIL		

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

LECCION 1: Ordenamiento Jurídico y Fuentes del Derecho. I) El Derecho y el Ordenamiento Jurídico. II) La Norma Jurídica. Concepto, Estructura y Clases. III) Contenido del Derecho Civil. IV) Las Fuentes del Derecho en el Ordenamiento Jurídico Español.

LECCION 2: La Eficacia de las Normas Jurídicas. I) La Eficacia de la Norma en el Tiempo. II) La Aplicación de las Normas. III) La Interpretación. Clases de Interpretación.

LECCION 3: La Persona Física. I) Consideración Jurídica de la Persona. II) Comienzo de la Personalidad. III) La Ausencia de la Persona Física. IV) Fin de la Existencia de la Persona.

LECCION 4: Los Estados Civiles. I) Edad. II) La Incapacitación.

LECCION 5: La Persona Jurídica. I) Persona Jurídica. Concepto. II) Clases de Personas Jurídicas.

LECCION 6: La Autonomía Privada y el Contrato. I) Concepto de Contrato. II) Elementos Esenciales del Contrato. III) Elementos Accidentales del Contrato. IV) La Formación del Contrato. V) Los Vicios del Consentimiento. VI) La Ineficacia del Contrato: Nulidad, Anulabilidad y Rescisión.

LECCION 7: La Relación Jurídica Obligatoria. I) La Constitución de la Relación Obligatoria: Las Fuentes de las Obligaciones. II) Las Partes de la Relación Obligatoria. Los Supuestos de Pluralidad de Sujetos. III) El Objeto de la Relación Obligatoria. IV) El Cumplimiento de la Obligación. V) Las Modificaciones de la Relación Obligatoria. VI) La Extinción de la Relación Obligatoria. VII) El Incumplimiento de la Obligación. VIII) Las Garantías de las Obligaciones.

LECCION 8: La Responsabilidad Extracontractual. I) Ideas Generales. II) Los Presupuestos de la Responsabilidad Civil Extracontractual. III) La Responsabilidad por Hecho Ajeno. IV) La Responsabilidad Objetiva o sin Culpa.

LECCION 9: Consumidores y Usuarios. I) La Protección de los Consumidores y Usuarios en el Derecho Español. II) La Contratación con Condiciones Generales. III) La Protección de los Consumidores por Productos Defectuosos. IV) Especial Referencia a la Responsabilidad Civil del Empresario y Operador Turístico.

LECCION 10: El Contrato de Viaje Combinado. I) Introducción. II) Ámbito Subjetivo y Objetivo. III) El Folleto Informativo. IV) Forma y Contenido del Contrato de Viaje Combinado. V) Incidencias: Cesión de Contrato, Modificaciones, El Desistimiento por el Consumidor, La Cancelación por la Agencia. VI) La Responsabilidad por Incumplimiento o Cumplimiento Defectuoso. VII) La Solución de Controversias.

LECCION 11: El Contrato de Compraventa. I) Ideas Generales. II) El Objeto de la Compraventa. III) El Precio en la Compraventa. IV) Obligaciones del Vendedor. V) La Doble Venta. VI) Compraventas Especiales.

LECCION 12: El Contrato de Arrendamiento. I) Arrendamiento de Cosas. II) Arrendamientos Urbanos. III) Arrendamientos Rústicos.

LECCION 13: El Contrato de Aparcamiento de Vehículos. I) Ámbito de Aplicación. II) Derechos y Obligaciones de las Partes. III) Régimen de Responsabilidad.

LECCION 14: El Aprovechamiento por Turnos de Bienes Inmuebles de Uso Turístico. I) Ámbito del Derecho de Aprovechamiento por Turno de Bienes Inmuebles. II) Contenido y Régimen. III) La Protección del Adquirente.

LECCION 15: Otros Contratos. I) El Contrato de Hospedaje. II) El Contrato de Depósito. III) Los Contratos de Colaboración y Gestión: El Contrato de Mandato y el Contrato de Agencia. IV) El Contrato de Servicios y el Contrato de Obra.

LECCION 16: Propiedades Especiales. I) La Ley de Propiedad Horizontal. II) La Propiedad Intelectual.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

AA.VV. Cuadernos Prácticos Bolonia (Dir. Lledó Yagüe y Otros), Cuadernos correspondientes a Parte General y Persona. Edit. Dykinson, Madrid, 2009.



- DE PABLO CONTRERAS, P. (Coord.) Curso de Derecho Civil, Vols. I y II, Edit. Colex, Última Edición.
- DÍEZ-PICAZO, L. / GULLÓN BALLESTEROS, A. Sistema de Derecho Civil, Vols. I y II, Edit. Tecnos, Madrid, Última Edición.
- LACRUZ BERDEJO, J.L. Nociones de Derecho Civil Patrimonial e Introducción al Derecho, Edit. Dykinson, Madrid, Última Edición.
- LASARTE ÁLVAREZ, C. Curso de Derecho Civil Patrimonial, Edit. Tecnos, Madrid, Última Edición.
- RUIZ-RICO RUIZ, J.M. / MORENO-TORRES HERRERA, M.L. (Coordinadores) Conceptos Básicos de Derecho Civil, Edit. Tirant lo Blanch, Valencia, 2009.
- RUIZ-RICO RUIZ, J.M. (Coord.) Código de Leyes Civiles, Edit. Tecnos, Madrid, 2010.
- SANTOS MORÓN, M.J. (Coord.) Ejercicios y Materiales de Derecho Civil Patrimonial (Adaptados al EESS), Edit. Tecnos, Madrid, 2009.

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Una prueba final compuesta por un examen teórico y un examen práctico.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

El valor del examen teórico será de 2/3 partes de la nota final y el examen práctico el 1/3 restantes de la calificación definitiva.

- Se tendrá en cuenta la comprensión de los conceptos jurídicos básicos.
- La aplicación de los conocimientos adquiridos a la práctica jurídica.
- En las pruebas teóricas escritas, se valorará la correcta redacción de la exposición de los contenidos.



Asignatura: 106 (4565) Contabilidad
Titulación: Diplomado en Turismo
Créditos teóricos: 4,5 **Horas teoría:** 45
Créditos prácticos: 1,5 **Horas prácticas:** 15 **Duración:** 2º Cuatr.
Área: (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN

OBJETIVOS GENERALES:

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático



Asignatura:	108 (4575) Estadística básica		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y		

OBJETIVOS GENERALES:

Los objetivos que debe perseguir la enseñanza de la asignatura Estadística Básica en el Plan de Estudios de la Diplomatura de Turismo son los siguientes: conocer la terminología básica estadística, los principales conceptos y métodos estadísticos dentro del ámbito descriptivo, así como, las principales fuentes estadísticas del sector turístico. Los alumnos deben ser capaces de expresar los conocimientos de esta materia con precisión, saber aplicar dichos conocimientos a problemas prácticos concretos y aprender a realizar sus propios juicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Distinguir entre los conceptos básicos de población, subpoblación y muestra, entre variable cuantitativa y cualitativa, entre valores y modalidades. Conocer la terminología necesaria para poder definir una distribución de frecuencias.

Saber obtener las principales características tanto numéricas como gráficas de la distribución de frecuencias correspondientes a un conjunto de datos que son el resultado de observar una variable cuantitativa.

Saber obtener las distintas distribuciones unidimensionales asociadas a una distribución de frecuencias bidimensional y conocer su utilidad para el estudio de la asociación estadística entre las dos variables.

Conocer el significado del coeficiente de correlación lineal y saber obtenerlo, así como comprender la utilidad de los modelos de regresión lineal de una sola variable explicativa y saber obtenerlos.

Saber calcular e interpretar los distintos tipos de números índices de utilidad para el análisis del sector turístico: índices simples, en series o en cadena e índices complejos ponderados y no ponderados y su utilidad para el análisis de la evolución real de una serie de valores monetarios.

Conocer las distintas componentes de una serie temporal según el enfoque clásico. Saber obtener la tendencia lineal y el significado

Ser capaz de aplicar las técnicas estudiadas a conjuntos de datos procedentes del sector turístico para llevar a cabo un análisis descriptivo de sus características estadísticas más relevantes, así como ser capaz de presentar por escrito y de una forma sistemática los resultados de dicho análisis.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª OBSERVACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS

1. Introducción y conceptos básicos.
2. Presentación de los datos: Distribuciones de frecuencias y representaciones gráficas.
3. Fuentes estadísticas oficiales del sector turístico.

Lección 2ª ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE UNA VARIABLE

1. Promedios y medidas de posición.
2. Medidas de dispersión y asimetría.
3. Medidas de desigualdad: Curva de Lorenz e Índice de Gini.
4. Valores atípicos.

Lección 3ª NÚMEROS ÍNDICES

1. Números Índices simples.
2. Tasas de variación
3. Números Índices complejos.
4. Enlace y cambio de base.
5. Índices de precios: IPC, IPCA e IPH.
6. Deflación de una serie de valores monetarios.

Lección 4ª ANÁLISIS CONJUNTO DE DOS VARIABLES



1. Presentación de los datos.
2. Relación entre variables e Independencia estadística.
3. Asociación entre variables cuantitativas.
 - 3.1. Medidas de asociación lineal: Covarianza y coeficiente de correlación lineal.
 - 3.2. Regresión lineal: Estimación, bondad del ajuste y predicción.

Lección 5ª ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS COMPONENTES DE UNA SERIE TEMPORAL

1. Componentes de una serie temporal.
2. Análisis de la tendencia.
 - 2.1. Método de las medias móviles.
 - 2.2. Tendencia lineal.
3. Análisis de la estacionalidad
 - 3.1. Índices de variación estacional
 - 3.2. Eliminación de la componente estacional: Desestacionalización.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Casas Sánchez, J.M. y Santos Peñas, J. Introducción a la Estadística para Economía y Administración de Empresas Ramón Areces 1995 Bibliografía Complementaria: Teoría
- Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía Fuentes Estadísticas. <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte>
- Fernández Morales, A. y Lacombar Arias, B. Técnicas Estadísticas para el Turismo Ágora 2003 Bibliografía Básica: Teoría y Práctica
- Freedman, Pisani, Purves y Adhikari Estadística Bosch 1991 Bibliografía Complementaria: Teoría
- Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) Indicadores Económicos de Andalucía Fuentes Estadísticas. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica>
- Instituto de Estudios Turísticos Coyuntura Turística Fuentes Estadísticas. <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) Boletín Trimestral de Coyuntura Fuentes Estadísticas. <http://www.ine.es>
- Martín Pliego, F.J. Curso práctico de Estadística Económica AC 1987 Bibliografía Complementaria: Práctica

EVALUACIONES

La evaluación de los alumnos se realizará mediante una prueba obligatoria de contenido teórico_práctico, a la que se le asigna una calificación entre 0 y 10 puntos. La corrección del examen se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía básica propuesta .

Para presentarse al examen es imprescindible mostrar D.N.I., pasaporte o carnet de conducir.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

Los alumnos que lo deseen podrán realizar los ejercicios prácticos propuestos en clase mediante la utilización de ordenadores, disponibles para ellos en el aula de informática.



Asignatura:	110 (4577) Sistemas informáticos aplicados al turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4	Horas teoría:	40
Créditos prácticos:	5	Horas prácticas:	50
		Duración:	Anual
Área:	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo de este programa es dotar al alumno de los conocimientos suficientes de informática, los cuales le deben permitir estudiar y valorar con rigor las características hardware y software de un sistema informático, así como, su aplicación al sector turístico.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

BLOQUE TEMÁTICO:

Lección 1ª INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA.

1. Conceptos teóricos básicos y componentes de la Informática.
2. Notas históricas.
3. Tipos de ordenadores.
4. El Hardware.
5. El software.

Lección 2ª ARQUITECTURA FÍSICA O HARDWARE.

1. Unidades funcionales del ordenador.
2. La unidad central de proceso.
3. Periféricos y soportes de la información.
4. El Funcionamiento del ordenador a través del flujo de información.

Lección 3ª SOPORTE LÓGICO O SOFTWARE.

1. Introducción.
2. Definición de software. Clasificación general.
3. Software de sistema.
4. Software de aplicación.

Lección 4ª ORGANIZACIÓN DE LOS DATOS.

1. Conceptos y definiciones.
2. Organización de Archivos.
3. Concepto de base de datos.
4. Diagrama de estructura de datos.

Lección 5ª BASES DE DATOS. ACCESS.

1. ¿Qué es Access?.
2. Los objetos de Access.
3. Creación de una base de datos Access.
4. Tablas.
5. Relaciones.
6. Consultas.

Lección 6ª HOJAS DE CÁLCULO.

1. Concepto de hoja de cálculo. 1
2. Organización de una hoja de cálculo. Concepto de celda.
3. Tipos de datos. Fórmulas y funciones.
4. Presentación de los datos.
5. Gráficos.

Lección 7ª TRANSMISIÓN DE DATOS Y REDES DE ORDENADORES.

1. Introducción.
2. Conceptos y definiciones.
3. Modos de transmisión.
4. Medios de transmisión.
5. Redes de transmisión de datos.
 - 5.1. Definición y objetivos de una red de transmisión de datos.
 - 5.2. Clasificación de redes de ordenadores.



5.3. Redes de área local.

5.4. Otras redes y servicios especiales.

Lección 8ª INTERNET.

1. Introducción.

2. Historia.

3. Conceptos y definiciones.

4. Cómo funciona Internet.

5. Cómo conectarse a Internet.

6. Servicios de Internet

7. Buscadores y portales.

8. Conceptos avanzados.

Lección 9ª EL NEGOCIO ELECTRÓNICO EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

1. El sistema empresa y el sistema tecnológico.

2. El comercio electrónico.

2.1. El comercio electrónico dirigido al consumidor final: B2C.

2.2. El comercio electrónico entre empresas: B2B.

3. Relaciones electrónicas no comerciales.

Lección 10ª SISTEMAS DE RESERVAS.

1. Evolución histórica de los sistemas de reservas.

2. Aparición de los GDS.

3. Implantación del CRS en los GDS.

4. El mundo de Internet frente a las reservas informatizadas.

5. Nuevos horizontes en las reservas informáticas: la reserva en tiempo real.

6. Métodos futuros, creación y proyección de los sistemas de información turística.

Lección 11ª SISTEMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN HOTELERA.

1. Introducción.

2. Área de gestión.

3. Área de ofimática.

4. Área de comunicaciones.

5. Área de inmótica.

6. Clasificación de procesos de los módulos frontoffice y backoffice.

Lección 12ª SISTEMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES.

1. Introducción.

2. Aplicaciones informáticas para las agencias de viajes.

3 Clasificación de procesos de los módulos de un SIGAV.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

A. BALTER Microsoft Office Access (Manual Fundamental)

A.GUEVARA, A. AGUAYO, J.L. CARO, I. GÓMEZ Y OTROS Informática aplicada al turismo

C. FRYE Microsoft Office Excel(Paso a paso)

EVALUACIONES

Tipo de pruebas.

Un examen que constará de dos partes:

a) Cuestiones de Teoría.

b) Ejercicios prácticos a resolver en equipos informáticos (según disponibilidad).

Criterios para su evaluación.

En la corrección del examen se valorará especialmente la capacidad de uso de los conceptos básicos de informática así como la resolución de casos prácticos aplicados al sector turístico.



Asignatura:	201 (4566) Derecho privado de la empresa turística		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(165A) DERECHO MERCANTIL		

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo principal del curso es el análisis jurídico de las instituciones turísticas, dando una visión general de la materia que complemente los conocimientos adquiridos en otras asignaturas de la Diplomatura.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO:

PARTE GENERAL

Lección 1ª.- Turismo y Derecho Turístico

- 1.- Introducción
- 2.- El turismo como objeto del Derecho
 - 2.1. La noción jurídica del turismo como cuestión previa
 - 2.2. Elementos definitorios de la actividad turística

3.- El Derecho Turístico como sector emergente del Ordenamiento jurídico

Lección 2ª.- Marco normativo del turismo

- 1.- Introducción
- 2.- Normativa comunitaria
- 3.- Normativa estatal
- 4.- Normativa autonómica

Lección 3ª.- Nociones generales sobre la contratación turística

- 1.- Concepto, notas características y clasificación de los contratos turísticos
- 2.- Sujetos de la contratación turística
 - 2.1. Las empresas turísticas
 - 2.1.1. Concepto, requisitos y clases de empresas turísticas
 - 2.1.2. Estatuto jurídico de la empresa turística
 - 2.2. Los usuarios de servicios turísticos o turistas
 - 2.2.1. Concepto y distinción de figuras afines
 - 2.2.2. La protección jurídica del turista

PARTE ESPECIAL

Lección 4ª.- Alojamiento en establecimientos turísticos hoteleros y extrahoteleros

- 1.- Introducción
- 2.- Clasificación de los establecimientos de alojamiento turístico
- 3.- Propiedad y gestión de los establecimientos de alojamiento turístico
 - 3.1.- El contrato de gestión hotelera
- 4.- Modalidades contractuales en el sector de los alojamientos turísticos
 - 4.1.- Contratos de reserva de plazas de alojamiento en régimen de cupo o contingente
 - 4.2.- Contratos de alojamiento turístico

Lección 5ª.- Alojamiento en establecimientos turísticos de aprovechamiento por turno

- 1.- Normativa aplicable
- 2.- Naturaleza jurídica y contenido del derecho de aprovechamiento por turno
 - 3.- Clases de empresas turísticas de aprovechamiento por turno
- 4.- Régimen legal de la constitución del régimen de aprovechamiento por turno
- 5.- Régimen legal de la promoción de derechos de aprovechamiento por turno
- 6.- Régimen legal de la transmisión de derechos de aprovechamiento por turno
 - 7.- Lengua de redacción de contrato y de los documentos informativos
- 8.- Medidas legales de protección del adquirente de derechos de aprovechamiento por turno
- 9.- Resolución contractual por impago de las cuotas de mantenimiento
- 10.- Incumplimiento de los servicios

Lección 6ª.- Transporte

- 1.- Introducción



- 2.- Contratos interempresariales en el sector del transporte
 - 3.- Concepto y normativa aplicable a distintas modalidades de transporte de pasajeros
 - 4.- Formalización y contenido de los contratos de transporte de pasajeros
 - 5.- Examen de los principales supuestos de incumplimiento contractual y régimen de responsabilidad de las empresas de transporte
 - 6.- Especial consideración a los cruceros turísticos
- Lección 7ª.- Intermediación
- 1.- Introducción
 - 2.- Ordenación administrativa de las empresas turísticas de intermediación
 - 2.1.- Agencias de viaje. Concepto y normativa aplicables
 - 2.2.- Centrales de reserva. Concepto y normativa aplicable
 - 3.- Contratos turísticos de consumo celebrados por las agencias de viaje (especial atención a los viajes combinados)
 - 3.1.- Introducción
 - 3.2.- Régimen jurídico de los viajes combinados
 - 3.2.1.- Concepto, normativa aplicable y distinción de figuras afines
 - 3.2.2.- Elementos personales del viaje combinado
 - 3.2.3.- La información al consumidor de viajes combinados
 - 3.2.4.- El contrato de viaje combinado: requisitos de forma y de contenido
 - 3.2.5.- Modificación del contrato antes de la salida del viaje
 - 3.2.6.- Cancelación del viaje por la agencia organizadora
 - 3.2.7.- Desistimiento del contrato
 - 3.2.8.- Incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso del contrato de viaje ya iniciado
 - 3.2.9.- Responsabilidad de las agencias organizadoras y detallistas
 - 3.2.10.- Garantías de la responsabilidad contractual
- Lección 8ª.- Restauración, arrendamiento de vehículos, información y otros sectores de la oferta turística complementaria
- 1.- Introducción
 - 2.- Restauración turística
 - 2.1.- Concepto y normativa aplicable
 - 2.2.- Clasificación de los establecimientos y empresas de restauración turística
 - 2.3.- Modalidades contractuales en el sector turístico hostelero
 - 3.- Arrendamiento de vehículos
 - 3.1.- Concepto y normativa aplicable
 - 3.2.- Modalidades contractuales en el sector turístico del rent a car
 - 3.2.1.- Arrendamiento de vehículos con conductor
 - 3.2.2.- Arrendamiento de vehículos sin conductor
 - 4.- Información turística
 - 5.- Oferta turística complementaria

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- AAVV AURIOLAS MARTÍN, A. (Coord.): Aspectos jurídico-mercantiles del turismo , , Atelier, 2003
- AAVV AURIOLAS MARTÍN A. (Coord.): Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico)
- AAVV AURIOLAS MARTÍN A. (Coord.): Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía 2000
- AAVV AURIOLAS MARTÍN, A. (Coord.): Derecho y Turismo (IV, V y VI Jornadas de Derecho Turístico), Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, , 2005
- AAVV BLANQUER CRIADO, D. (Coord.): Turismo. II Congreso Universidad y Empresa, , Tirant lo blanch 1999
- AAVV BLANQUER CRIADO, D. (Coord.): Turismo. III Congreso Universidad y Empresa, , Tirant lo blanch 2000
- AAVV GARCÍA MACHO, R., RECALDE CASTELL, A. (Dirs.) y PETIT LAVALL, Mª V. (coord.): ,Lecciones de Derecho del Turismo, , Tirant lo Blanch 2000
- AAVV JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G.J. (Coord.): Lecciones de Derecho Mercantil, Tecnos 2007
- AAVV MELGOSA ARCOS, F.J. (Coord.): Derecho y Turismo, , Ediciones Universidad de Salamanca 2004
- AAVV MELGOSA ARCOS, F.J. (Coord.): I Jornadas sobre Derecho y Turismo, Fundación Cultural Santa Teresa 1995
- AAVV MELGOSA ARCOS, F.J. (Coord.): II Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundación Cultural Santa Teresa, 1997



AAVV MELGOSA ARCOS, F.J. (Coord.): III Jornadas sobre Derecho y Turismo, Fundación Cultural Santa Teresa 1999
AURIOLAS MARTÍN, A.: Introducción al Derecho Turístico (Derecho Privado del Turismo), 2ª edición, Consejería Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía 1999
AURIOLAS MARTÍN, A; BENAVIDES VELASCO, P. Y GONZALEZ FERNANDEZ, Mª B Legislación Turística de Andalucía Tecnos 2006
BLANQUER CRIADO, D.: Derecho del Turismo Tirant lo Blanch 1999

Tecnos 2005

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

- AURIOLAS MARTÍN, A. _La Directiva sobre viajes combinados y la adaptación de la normativa española de Agencias de viaje_, 1992 Revista de Derecho Mercantil, núm. 206, octubre-diciembre, págs. 819-862.
- BENAVIDES VELASCO, P. La Propuesta de Directiva sobre protección de los consumidores de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico y su incidencia en el ordenamiento jurídico español 2007 Revista Aragonesa de Administración Pública, num. 31, págs. 313-342
- BENAVIDES VELASCO, PATRICIA La responsabilidad por retraso en el transporte aéreo de pasajeros 2005 Revista Europea de Derecho de la Navegación marítima y aeronáutica, Vol. XXI, págs. 3173-3181
- BENAVIDES VELASCO, PATRICIA Revisión de la Directiva sobre tiempo compartido 2006 Estudios sobre consumo, núm. 79, págs. 47-59
- DE LA HAZA DÍAZ, P. El contrato de viaje combinado. La responsabilidad de las Agencias de viajes, , Marcial Pons, 1997
- GARCÍA RUBIO, M.P. La responsabilidad contractual de las Agencias de viajes. El contrato de viaje combinado,, , Montecorvo 1999
- GÓMEZ CALERO, J. Régimen jurídico del contrato de viaje combinado, Dykinson, 2007
- GÓMEZ CALLE, E. El contrato de viaje combinado Civitas 1997
- GONZALEZ FERNANDEZ, Mª B ¿Nueva regulación de los viajes combinados? 2008 Revista de Derecho Mercantil, nº 269, págs. 1063-1075
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, Mª B. y BENAVIDES VELASCO, P. La comercialización del turismo rural a través de las Centrales de Reserva. La experiencia de la Comunidad Autónoma de Andalucía 2005 Revista Aragonesa de Administración Pública, Vol. 27, págs. 257-268



GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M^o BELÉN La responsabilidad del transportista aéreo por cancelación de vuelo 2005 Revista Europea de Derecho de la Navegación marítima y aeronáutica, Vol. XXI, págs. 3181-3187

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M^o BELÉN Sobre las medidas comunitarias de compensación y asistencia a los usuarios del transporte aéreo 2006 Estudios sobre consumo, núm. 79, págs. 35-47

GUERRERO LEBRÓN, M^a J La responsabilidad contractual del porteador aéreo en el transporte de pasajeros, Tirant lo Blanc 2005

LOPEZ SANTANA, NIEVES El incumplimiento del contrato de viaje combinado por causa de huelga: la protección del turista Comares 2003

LORA-TAMAYO RODRÍGUEZ, I, EJOS FERNÁNDEZ, A. y TENA ARREGUI, R. Aprovechamiento por turno de bienes inmuebles. Legislación comentada, Sepin, 2000

MARTÍNEZ NADAL, A. El contrato de reserva de alojamiento en régimen de contingente, Bosch 1995

MUNAR BERNAT, P.A. La regulación española de la «multipropiedad» Aranzadi 1999

NAVAS NAVARRO, S. Catering: sus formas contractuales (A modo de excusa para estudiar el contrato de servicios y el contrato de obra), Tirant lo Blanch 1998

PEREZ MARTELL R. y GONZALEZ CABRERA, I. El alojamiento turístico: problemática y soluciones en la ejecución del contrato de hospedaje La Ley / Wolter Kluwer 2008

PÉREZ MORIONES, M.A El contrato de gestión hotelera, Tirant lo blanch/Biblioteca Juridica Cuatrecasas 1998

RIVERO ALEMÁN, S. Seguro turístico y de asistencia en viaje Bosch 1998

METODOLOGÍAS

Esta asignatura no tiene docencia

EVALUACIONES

Sistema de evaluación final

Examen final escrito en las convocatorias oficiales en el que se evaluará el conocimiento de la asignatura. Su contenido versará sobre aspectos teóricos, prácticos o teóricos-prácticos, correspondiente a las materias contenidas en el programa.



Asignatura:	202 (4567) Organización y gestión de empresas		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	6	Horas teoría:	60
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30
		Duración:	Anual
Área:	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

OBJETIVOS GENERALES:

Los objetivos prioritarios de esta asignatura se resumen en dos: que el alumno aprenda a administrar y gestionar una empresa, haciendo especial referencia a las peculiaridades de los principales tipos de compañías turísticas (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, transporte, campos de golf, puertos deportivos, etc.), y que conozca el proceso a seguir para crear su propia empresa (plan de negocio, estudio de viabilidad, trámites administrativos).

De acuerdo con estos objetivos, se pretende que el alumno al finalizar la asignatura pueda desarrollar las siguientes competencias en una empresa turística:

- Analizar el entorno empresarial.
- Tomar decisiones en torno a la localización y dimensión más adecuada para una empresa en particular.
- Conocer la estructura de costes de una empresa y su umbral de rentabilidad.
- Saber cómo deben desarrollarse las funciones relacionadas con el aprovisionamiento y la producción de una compañía.
- Realizar una evaluación y selección de inversiones, y elegir entre las distintas alternativas de financiación la más conveniente en cada momento.
- Llevar a cabo la administración de una compañía (planificación, organización, dirección y control).
- Tomar decisiones relacionadas con el crecimiento y la internacionalización de la empresa.
- Elaborar un plan de negocio y un estudio de viabilidad.
- Realizar los trámites administrativos necesarios para la creación de una empresa

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

PRIMER CUATRIMESTRE:

Lección 1ª. LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO:

1. Concepto, elementos y funciones de la empresa.
2. Evolución histórica de la empresa.
3. Clases de empresas. Especial referencia a la empresa turística.
4. El entorno de la empresa. Especial referencia a la empresa turística.
5. El empresario: concepto y evolución histórica. El empresario turístico actual.
6. Expectativas, decisiones y riesgos empresariales.

Lección 2ª. ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:

1. La Ciencia de la Administración y de la Economía de la Empresa: concepto y objeto.
2. Evolución histórica de la Economía de la Empresa.
3. Enfoque de sistemas de la Economía de la Empresa.

Lección 3ª. LOS COSTES EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Concepto y clases de costes.
2. Estructura de costes en las empresas Turísticas.
3. El control de los costes
4. Definición y análisis del punto de cobertura.
5. La productividad en las empresas Turísticas.

Lección 4ª. LA LOCALIZACIÓN Y LA DIMENSIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS:

1. La localización de las empresas turísticas. Factores determinantes.
2. Concepto y aspectos de la dimensión empresarial.
3. El tamaño de las empresas hoteleras y su dimensión óptima.

Lección 5ª. CRECIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA:

1. Concepto de crecimiento empresarial.
2. Estrategias de crecimiento empresarial.
3. Concentración de empresas turísticas.
4. La internacionalización de la empresa turística.

Lección 6ª. LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y DE APROVISIONAMIENTO:

1. Concepto y clases de actividad productiva. Especial referencia a la empresa turística.
2. Programación de las actividades de producción en las empresas turísticas.
3. La función de aprovisionamiento. Especial referencia a la problemática del economato-



bodega y del control de las materias primas.

4. La calidad en las empresas turísticas: calidad en el servicio y mantenimiento y renovación de equipos e instalaciones.

Lección 7ª. SUBSISTEMA COMERCIAL:

1. El marketing: concepto, elementos y funciones.
2. El mercado. Investigación y segmentación del mercado de las empresas turísticas.
3. El producto turístico y su ciclo de vida.
4. El precio.
5. Los canales de distribución en el sector turístico.
6. Estrategias de comunicación en las empresas turísticas.

Lección 8ª. EL SUBSISTEMA FINANCIERO:

1. Concepto, elementos, objetivos y funciones.
2. La inversión en la empresa.
3. La financiación de la empresa.
4. Los ciclos económico-financieros. Especial referencia a las empresas turísticas.

Lección 9ª. EL SUBSISTEMA DE RR.HH.:

1. La administración de recursos humanos: concepto, objetivos y funciones.
2. El puesto de trabajo. Grupos y categorías profesionales en las empresas turísticas.
3. Selección y reclutamiento del personal.
4. Mantenimiento de los recursos humanos: política laboral, salarial y social.
5. Desarrollo de los recursos humanos: formación, aprendizaje y mantenimiento.

SEGUNDO CUATRIMESTRE:

Lección 10ª. EL SUBSISTEMA ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA:

1. Concepto, naturaleza y niveles del subsistema administrativo.
2. Las funciones administrativas: concepto, clases e interrelación.
3. La empresa turística y su entorno: la administración estratégica.
4. Información, previsiones y toma de decisiones en la empresa.

Lección 11ª. LA PLANIFICACIÓN Y CONTROL:

1. Concepto de planificación y elementos de la planificación.
2. Etapas del proceso de planificación y tipos de planes en las empresas turísticas.
3. Concepto y clases de control.
4. El control de gestión en las empresas turísticas.

Lección 12ª. LA ORGANIZACIÓN:

1. La función de organización: concepto y principios de organización.
2. Sistemas de organización: la burocracia y la adhocracia.
3. Organización formal e informal.
4. Diseño organizativo. Estructuras de organización.

Lección 13ª. LA DIRECCIÓN:

1. Concepto, naturaleza y funciones del trabajo directivo.
2. Los estilos de dirección.
3. El liderazgo.
4. El individuo en la organización: motivación, participación y grado de conflictividad del personal de las empresas turísticas.
5. La comunicación.

Lección 14ª. CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS:

1. Concepto de cultura empresarial, subculturas y contracultura.
2. Elementos de C.E.
3. Funciones de la C.E.
4. Auditoría cultural y cambio de C.E.
5. La imagen corporativa. Su relación con la C.E.

Lección 15ª. GESTIÓN DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN::

1. Restaurantes.
2. Hoteles.
3. Apartamentos: time sharing.



4. Alojamientos rurales.
 5. Campings.
 6. Paradores.
 7. Balnearios, monasterios, albergues y residencias.
- Lección 16º GESTIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN:
1. La agencia de viajes: concepto, clasificación y regulación.
 2. Funciones de la agencia de viajes.
 3. Estructura interna de una agencia de viajes.
 4. Localización, instalaciones y equipo de una agencia de viajes.
- Lección 17º EMPRESA DE TRANSPORTE:
1. El transporte aéreo.
 2. El transporte ferroviario.
 3. El transporte por carretera.
 4. El transporte marítimo y fluvial.
- Lección 18º OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA:
1. Concepto y tipologías de oferta turística complementaria.
 2. Oferta deportiva.
 3. Parques naturales.
 4. Parques temáticos.
 5. Empresas especializadas en la oferta cultural y de congresos, convenciones y ferias.
- Lección 19ª CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS:
1. Importancia de la ordenación del territorio y del medio ambiente en la creación de empresas turísticas.
 2. Instituciones, organizaciones y asociaciones turísticas.
 3. El plan de negocio.
 4. Estudios de viabilidad de una empresa turística.
 5. Los trámites administrativos en la implantación de un negocio.
- Lección 20ª PROYECTO DE CREACION O GESTION DE UNA EMPRESA TURÍSTICA:
1. Casos prácticos. Trabajos a realizar por los alumnos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- AGUIRRE SÁDABA, A Y OTROS: "Fundamentos de Economía y Administración de Empresas" Pirámide 1992
- ARANDA HIPÓLITO, A.W: "Gestión técnico-económica de hoteles" Ramón Areces 1994
- CASTILLO, A.M; MARTÍN ROJO, I; MORENO, F.; RUIZ, A.; TOUS, D "Prácticas de gestión de empresas" Pirámide 1992
- FIGUEROLA PALOMO, M: "Economía para la gestión de empresas turísticas (organización y financiación)" Ramón Areces 1995
- FIGUEROLA PALOMO, M: "Economía para la gestión de empresas turísticas (producción y comercialización)" Ramón Areces 1995
- MARTIN ROJO, I: Y GASPAR, A.I: "Crecimiento e internacionalización de empresas" Síntesis 2007
- MARTÍN ROJO, I "Dirección y gestión de empresas del sector turístico". Pirámide. 4º Ed. 2009 (BIBLIOGRAFÍA BÁSICA RECOMENDADA)
- MARTÍN ROJO, I: "Economía y administración de empresas turísticas" SPICUM. 2ºEd. 1998
- MARTÍN ROJO, I: "La Cultura Empresarial de los hoteles de la Costa del Sol" Junta de Andalucía 1995
- MARTÍN ROJO, I. Y BAYÓN MARINÉ, F.: "Operaciones y procesos de producción en el sector turístico" Síntesis 2004

METODOLOGÍAS

No se imparte docencia



EVALUACIONES

El examen constará de dos preguntas de desarrollo de acuerdo con los epígrafes del programa que se calificarán con un máximo de 3,5 puntos cada una, y de un problema que se calificará con un máximo de 3 puntos.

Para superar la asignatura no se puede obtener la calificación de 0 puntos en ninguna de las preguntas de desarrollo ni en el problema.

Se corregirá atendiendo a los contenidos del programa recogidos en la bibliografía básica siguiente:

- Martín Rojo, I. (2009): *¿Dirección y gestión de empresas del sector turístico¿*,. 4ª edición. Ed. Pirámide. Madrid

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

No hay actividades complementarias.



Asignatura:	203 (4568) Estructura de mercados		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4	Horas teoría:	40
Créditos prácticos:	2	Horas prácticas:	20
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo general es dotar al alumno de la capacidad para el análisis que le permita identificar las peculiaridades del sector turístico en relación con otros sectores productivos y comprender la importancia que estas peculiaridades tienen en el comportamiento de los agentes que participan en el sector y en el impacto del turismo en la economía de un país.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª.- El sector turístico: productos, recursos, delimitación y medición.

1. Resumen y objetivos.
2. Productos y recursos turísticos.
3. Delimitación de las actividades económicas del sector turístico: Frontur, Familitur y Egatur. Referencias metodológicas y estadísticas.
4. Medición de la actividad del sector: Metodología, fuentes estadísticas y estimaciones de la Cuenta Satélite del Turismo de España.

Lección 2ª.- La demanda de servicios turísticos: demanda de características y segmentación.

1. Resumen y objetivos.
2. Determinantes de la demanda turística y elasticidad: Aplicaciones.
3. La demanda de características en el turismo: Características de los productos turísticos.
4. La segmentación de la demanda.
5. La fidelidad de la clientela de los establecimientos turísticos.
6. Los nuevos productos y la investigación de mercados.

Lección 3ª.- La oferta de servicios turísticos.

1. Resumen y objetivos.
2. Los objetivos de las empresas.
3. La relación principal-agente.
4. Las estructuras de mercado.

Lección 4ª.- Los sectores básicos del turismo.

1. Resumen y objetivos.
2. El sector hotelero y de restauración.
3. El sector del transporte.
4. El sector de intermediación turística: Tour operadores y Agencias de Viajes.
5. Otros sectores del turismo.

Lección 5ª.- Estrategias de las empresas turísticas.

1. Resumen y objetivos.
2. Mecanismos y medidas de integración y concentración.
3. Integración, internacionalización y fallos del mercado.
4. Procesos de integración e internacionalización en el sector turístico.
5. Estrategias de crecimiento de los grupos empresariales turísticos: Las cadenas hoteleras.
6. Los grupos empresariales del sector turístico desde una perspectiva internacional.

Lección 6ª.- Financiación y estrategia financiera.

1. Resumen y objetivos.
2. Sistema financiero y actividad económica: Teoría de los mercados y teoría de la empresa.
3. Mercados, productos e intermediarios financieros: La financiación crediticia y del mercado de capitales en el sector turístico.
4. La Unión Monetaria Europea, el Euro y el turismo.
5. La estructura económico-financiera y el control de las empresas.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

00 BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA PARA LA PREPARACIÓN DEL EXÁMEN POR LECCIONES

01 Lección 1ª: TEORÍA

02 BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 1, páginas 11 a 21.

03 IRANZO, J. E. y otros (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 1, páginas 13 a 31.

04 URIEL, E. y otros (2001): El sector turístico en España. CAM. Alicante. Capítulo 2, páginas 33 a 65.

05 INE (2004): Cuenta Satélite del Turismo de España. Nota metodológica. Subdirección General de Cuentas Nacionales.

06 INE (2002): Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones 1996-99. Anexos 1 y 2.

07 PRÁCTICA:

071 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

08

08 Lección 2ª: TEORÍA:

09 BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 2, páginas 23 a 28 y Capítulo 3, páginas 41 a 64.

10 IRANZO, J. E. y otros (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 4, páginas 59 a 81.

11 PEDREÑO, A. y otros (1996): Introducción a la economía del turismo. Civitas. Madrid. Capítulo 3, páginas 69 a 88 y Apéndice 1, páginas 103 a 120.

12 PRÁCTICA:

121 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

13

13 Lección 3ª: TEORÍA

14 BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 4, páginas 75 a 89.

15 STIGLITZ, J. E. (1993): Economía. Ariel. Barcelona. Capítulo 22, páginas 619 a 624.

16 PRÁCTICA:

161 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

17

17 Lección 4ª: TEORÍA

18 BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulos 4, páginas 89 a 97 y Capítulo 5.

19 PRÁCTICA:

191 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

20

20 Lección 5ª: TEORÍA

21 BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 4, páginas 97 a 101.

22 MARTORELL, O. (2002): Cadenas hoteleras. Análisis del Top 10. Ariel. Barcelona. Todos los Capítulos excepto el 1 y el 3.

23 RAMÓN, A. B. (2002): La expansión del sector hotelero español. Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM). Alicante. Capítulo 3, páginas 121 a 132.

24 PRACTICA:

241 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

25

25 Lección 6ª: TEORIA

26 MORA, A. (2001). La financiación del sector turístico en España. En COLINO, J. (Coord.). Turismo y medio ambiente. Civitas. Madrid, páginas 215 a 235.

27 RODRÍGUEZ, L. y otros (2002). Manual de sistema financiero español. Ariel. Barcelona. Capítulo 1, páginas 1 a 22.

28 STIGLITZ, J. E. (1993): Economía. Ariel. Barcelona. Capítulo 21, páginas 596 a 604.

29 SUÁREZ, A. S. Economía y Finanzas. De la teoría de los mercados a la teoría de la empresa. (1997). En FEBRERO, R. (Ed.) Qué es la Economía. Ediciones Pirámide. Madrid. Capítulo 18, páginas 549 a 581.

30 PRACTICA:



31 EJERCICIOS Y PRACTICAS PROPUESTOS

32

33 LECTURA OBLIGATORIA

34 Horizonte 2020 del Turismo Español. Documento Base (2006). Secretaría de Estado de Turismo. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

01 TEORÍA:

02 OMT (2001): Apuntes de metodología de la investigación en turismo. Madrid

03 ACHE (2000): Las cadenas hoteleras en España. ACHE. Madrid.

04 ARRUÑADA, B. (1997): La estructura contractual de la empresa. En FEBRERO, R. (Ed.) Qué es la Economía. Ediciones Pirámide. Madrid. Capítulo 19.

05 BANCO DE ESPAÑA (2002): La financiación de la economía. En Informe Anual. Servicio de Estudios. Madrid.

06 BLASCO, A. (2001): Turismo y transporte. Síntesis. Madrid.

07 BOTE, V.; HUÉSCAR, A. y VOGELER, C. (1991): Concentración e integración de las agencias de viajes españolas ante el Acta Única Europea. Papers de turisme. Nº 5.

08 BOTE, V. y SINCLAIR, T. (1991): Integration in the tourism industry: A case study approach. En Sinclair, T. y Stabler, M.: The tourism industry: An international analysis. CAB International. UK.

09 CABRAL, L. (1997): Economía industrial. McGraw Hill. Madrid. Capítulos 1 y 2.

10 CLARKE, R. (1993): Economía industrial. Celeste. Madrid. Capítulos 8 y 9.

11 CUADRADO, J. R. y MORA, A. (Directores) (2002): Los grupos empresariales del sector turístico desde una perspectiva internacional. Junta de Andalucía. UAH-UMA.

12 DUNNING, J. H. y McQUEEN, M. (1982). Multinational corporations in the international hotel industry: Annals of Tourism Research. Nº 9.

13 DURAN, J. J. (2001): Estrategia y economía de la empresa multinacional. Pirámide. Madrid. Capítulos 1, 2, 6 y 7.

14 ESPINET, J. M.; FLUVIÁ, M. y COENDERS, G. (2001): Competencia en precios entre los operadores turísticos españoles. Estudios turísticos. Nº 147.

15 FER (2002): El sector de la restauración en España. Federación española de restauración. Madrid.

16 FEH (2002): El sector hotelero en España. Federación española de hoteles. Madrid.

17 HOLLOWAY, J. C. (1994): The business of tourism. Longman. Capítulos 7, 8 y 10.

18 KATZ, M. y ROSEN, H. L. (1995): Microeconomía. Irwin. Madrid.

19 LAFFERTY, G. Y FOSSEN, A. van (2001): Integrating the tourism industry: Problems and strategies. Tourism management. Nº 22.

20 MEDINA, R. D.; MEDINA, D. R. Y GARCÍA, J. M. (2002): Understanding european tour operators control on accommodation companies: An empirical evidence. Tourism management.

21 MORA, A. (2000): Repercusiones de la introducción del euro en el sector turístico. Análisis del turismo. Nº 4. Junta de Andalucía.



- 22 MORA, A. y SUCH, M. J. (2001): La financiación intermediada del sector turístico en España: Una perspectiva autonómica. Escuela de Turismo. Documento de Trabajo. Universidad de Alcalá.
- 23 MORA, A.; BOTE y SUCH, M. J. (2000): Estructura económico financiera y financiación del sector turístico. Estudios turísticos. Nº 143.
- 24 MORA, A. y MENDIETA, L. F. (2001): Las participaciones empresariales de las entidades bancarias: Un estudio aplicado. Documento de Trabajo. Escuela de Turismo. Universidad de Alcalá.
- 25 MORA, A. y MENDIETA, L. F. (2002): Estrategias de crecimiento de los grupos empresariales turísticos. UMA.
- 26 PAPTHEODOROU, A. (2000) : Why people travel to different places. Annals of tourism research. Vol. 28. Nº 1.
- 27 QUEVEDO, J. (2002): Balanza de pagos del turismo. (Primer proyecto). OMT.
- 28 RAMÓN, A. (2002): Determining factors in entry choice for international expansion. The case of the Sapanish hotel industry. Tourism management. Nº 23. Vol. 6.
- 29 RICKETTS, M. (2002): The economics of business enterprise. Edward Elgar Publising, Inc. Northampton. Capítulos 5 y 7.
- 30 RUS, G. de y CAMPOS, J. (2001): El Sistema de transporte europeo. Un análisis económico. Síntesis. Capítulos 2, 3, 4 y 6.
- 31 SALAS, V. (1991): Relaciones banca-industria y control de capital. En A. Torrero (Director). Relaciones banca-industria: La experiencia española. Espasa Calpe.
- 32 SARABIA, F. y MUNUERA, J. L. (1994): Concepto y uso de la segmentación de mercados: Información Comercial Española. Nº 727.
- 33 SEGURA, J. y TOLEDO, L. (2003): Tamaño, estructura y coste de financiación de las empresas manufactureras españolas. Investigaciones económicas. Vol. XXVII (1).
- 34 SINCLAIR, M. T. y STABLER, M. (1998): The economics of tourism. Routledge. London. Capítulos 2 y 3., 4 5
- 35 SMITH, S. L. J. (1989): Segmenting the tourism market. En S. L. Smith. Tourism analysis. A handbook. Longman. Capítulo 3.
- 36 TREMBLAY, P. (1998): The economics organization of tourism. Annals of tourism research, Vol. 25, Nº 4.
- 37 WITT, S. F. y MOUTINHO, L. (1996): Tourism marketing and management handbook. Prentice Hall. London.
- 38
- 39 PRÁCTICAS:
- 40 AHIJADO, M. y otros (1995): Preguntas de tipo test de respuestas múltiples para acompañar a microeconomía. Ramón Areces.
- 41 CONGREGADO, E. y otros (2002): Microeconomía. Cuestiones y problemas resueltos. Prentice Hall.
- 42 GARCÍA PARDO, J. y SEBASTIAN, M. (1999): Ejercicios de introducción a la microeconomía. Ed. McGraw Hill.
- 43 GONZÁLEZ, L. (1994): Ejercicios de microeconomía: Mercados competitivos. Ed. Civitas.
- 44 NAVARRO, J. F. (2002): El entorno económico de la empresa. Universidad de Deusto.
- 45 PICAZO, A. J. y otros (2003): Prácticas de economía española. Civitas.



EVALUACIONES

El examen final: En la fecha programada por el Centro, constará de dos partes: a) cuestiones y ejercicios tipo test de contenido teórico y práctico (65 % de la calificación total) y b) un ejercicio en el que se valorará tanto el cálculo como la interpretación de los resultados (35 % de la calificación total). En las preguntas tipo test cada respuesta incorrecta restará la tercera parte de su puntuación y si no se responde, ni suma ni resta puntos. Para aprobar el examen hay que obtener un mínimo de 50 puntos sobre 100.

Criterios de corrección: La corrección del examen se hará tomando como referencia la bibliografía propuesta.



Asignatura:	204 (4569) Recursos territoriales turísticos		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	6	Horas teoría:	60
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30
Duración:	Anual		
Área:	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		

OBJETIVOS GENERALES:

Esta asignatura pretende que el alumno profundice en los fundamentos conceptuales y terminológicos sobre la importancia territorial y ambiental del turismo, así como iniciarlo en las habilidades y manejo de las herramientas para la planificación turística del territorio, para lo que es imprescindible realizar un análisis territorial en los espacios turísticos a modo de experimentación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Este objetivo genérico se plasma en una serie de presupuestos específicos:

- Profundizar en el conocimiento de la complejidad del fenómeno turístico y la trascendencia del territorio en el mismo, como recurso esencial para su desarrollo. Por ello, deben conocer la interrelación de los fenómenos espaciales y los impactos que se producen, ya que la puesta en valor de un espacio debe contar con todos los procesos existentes.
- Conocer una terminología básica y expresarse con propiedad sobre los conceptos y aspectos metodológicos básicos para abordar la interrelación turismo-territorio.
- Propiciar que el alumno abandone la actitud contemplativa ante el hecho geográfico y razone el espacio turístico como resultado de interdependencias y procesos múltiples.
- Profundizar en la sensibilización del alumno respecto de las principales tendencias, dinámicas y conflictos presentes en el devenir actual de la relación turismo-territorio.
- Proporcionar al alumno el conocimiento básico sobre los recursos turísticos existentes, teniendo en cuenta que estos se apoyan en una serie de bienes y servicios.
- Comprender la importancia de la planificación para la cualificación de destinos turísticos y para evitar los impactos negativos que en materia territorial, económica, social y cultural, puede acarrear un crecimiento acelerado e irreflexivo de esta actividad.
- Entender las distintas etapas del proceso de planificación turística, desde el análisis y el diagnóstico previo, hasta la definición de estrategias, programas y actuaciones.
- Comprender el espacio turístico como hecho geográfico desde distintas escalas de observación e iniciar al alumno en el conocimiento de los diferentes instrumentos de planificación territorial incidentes en la actividad turística a estas diversas escalas.
- Conocer la estructura política y administrativa del turismo y las diferentes competencias que poseen cada uno de los niveles en materia de planificación y ordenación del territorio turístico.
- Proporcionar información y facilitar el desarrollo de criterios para realizar un análisis fundamentado y crítico del turismo en cualquier espacio, ya sea un destino consolidado o un espacio con expectativas de implantación del turismo. Saber interpretar, con este fin, las fuentes de información turística que permiten aproximarse a la realidad turística de una región antes de abordar la tarea planificadora (el alumno debe conocer los problemas relacionados con la búsqueda de información para este objetivo, por ello resulta básica la adquisición de destrezas en el manejo de las fuentes y materiales de gabinete y llegar a familiarizarse con las dificultades propias del trabajo de campo).

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: TEÓRICO: EL ESPACIO TURÍSTICO, SU PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN

TEMA 1: LOS PRINCIPIOS DEL ANÁLISIS TERRITORIAL Y AMBIENTAL DEL TURISMO

- 1.- Características del desarrollo turístico espacial
- 2.- El sistema turístico y sus implicaciones territoriales
- 3.- Aplicaciones de la geografía al turismo: planificación y gestión del espacio turístico
- 4.- La sostenibilidad como punto de partida del análisis territorial

TEMA 2: APLICACIONES DEL ANÁLISIS TERRITORIAL

- 1.- Diversas aplicaciones del análisis territorial
- 2.- La ordenación y planificación en los espacios turísticos. Aspectos generales.
- 3.- La metodología del proceso planificador
- 4.- Análisis a distintas escalas
- 5.- La planificación estratégica y la Agenda Local 21: modelos de planificación innovadores y prácticos

TEMA 3: TÉCNICAS DE GESTION MEDIOAMBIENTAL

- 1.- Evaluación de Impacto Ambiental
- 2.- Capacidad de carga
- 3.- Auditorias ambientales
- 4.- Protección de áreas
- 5.- Otras técnicas
- 6.- Gestión del paisaje por el turismo



TEMA 4: LA GESTIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

- 1.- Los factores institucionales
- 2.- Gestión del espacio turístico: Complejidad y coordinación institucional, políticas públicas y acciones territoriales y algunos modelos de gestión territorial y ambiental
- 3.- Instrumentos normativos

BLOQUE TEMÁTICO: PRÁCTICO: ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE UN ESPACIO TURÍSTICO

PRÁCTICA 1: BASES PARA LA REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ESPACIAL

- 1.- Guía básica del trabajo
- 2.- Guía para la presentación del trabajo: reducción estadística y representación gráfica
- 3.- Guía para la realización de un análisis geográfico regional

PRÁCTICA 2: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

- 1.- Fuentes para el análisis territorial
- 2.- Desarrollo del diagnóstico territorial: localización, medio físico, medio socio-demográfico y medio económico

PRÁCTICA 3: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO

- 1.- Fuentes en geografía del turismo
- 2.- Análisis y diagnóstico turístico. Una visión integrada del turismo en un territorio
- 3.- Análisis de la oferta de empresas turísticas
- 4.- Técnicas de catalogación y evaluación de los recursos turísticos
- 5.- Análisis de la demanda turística
- 6.- Análisis de la imagen turística, de los canales de información y de los canales de comercialización
- 7.- Análisis de las estrategias turística de las administraciones públicas y privadas
- 8.- Análisis de la competencia

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- BESANCENOT, J.P. : Clima y Turismo. Edt . Masson 1991
- BOULLON, ROBERTO C. Planificación del espacio turístico., Edt. Trillas. México. 1985
- CALLIZO SONEIRO, J : Aproximación a la geografía del turismo. Edit. Síntesis 1991
- CROSBY PEREA, ARTURO : Desarrollo turístico sostenible en el medio rural. CEFAT. 1993
- ECOMEDITERRANEA : Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local. ECOMEDITERRANEA 1998
- FURIO BLASCO, E. : Economía, turismo y medio ambiente. Edt. Tirant lo Blanch 1996
- GOBIERNO VASCO Inventario de Recursos Turístico. Documento Interno 1997
- GUNN, CLARE, A. : Tourism Planning. Basics concepts cases. Edt. Taylor & Francis. 1993
- LENO CERRO : La evaluación de los recursos turísticos. El caso del Canal de Castilla. Tesis doctoral. 2 Vols. Universidad Complutense de Madrid. 1989
- LOPEZ OLIVARES, D La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Universidad Jaume I. 1998
- MOLINA E, Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica. Edt. Trillas. 1991
- ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO Evaluación de los recursos turísticos. O.M.T 1978
- PEARCE, D. : Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica. Edt Trillas. 1988
- REGUERO OXINALDE, MIGUEL Ecoturismo. Nuevas formas de turismo en el espacio rural. . Edt. Bosch. 1994
- VERA (coord), LOPEZ PALOMEQUE, MARCHENA GOMEZ y ANTON CLAVE Análisis territorial del turismo Edt. Ariel 1997

WEBBIBLIOGRAFIA

- * www.andalucia.org
- * www.iet.tourspain.es
- * www.ine.es
- * www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica
- * www.visitalacostadelsol.es
- * www.webmalaga.com



* www.world-tourism.org

EVALUACIONES

Al alumno se le evaluará por un examen en la fecha programada por el Centro. El examen constará de 10 preguntas cortas sobre el temario de la asignatura y el desarrollo de un tema a elegir entre dos.

*** CRITERIOS DE CORRECCIÓN:**

Cantidad y calidad de los conceptos vertidos por el alumno. Claridad de exposición. Cantidad y calidad de la bibliografía consultada. Corrección en la escritura y redacción.



Asignatura:	205 (4570) Patrimonio cultural		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4,5	Horas teoría:	45
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(465A) HISTORIA DEL ARTE		

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

- Tema 1. La civilización griega. Contexto cultural. Arquitectura, Escultura, y Pintura de los períodos arcaico, clásico y helenístico.
- Tema 2. El legado cultural de Roma. Contexto histórico. Arquitectura, Escultura y Pintura de la República y el Imperio.
- Tema 3. Arte Islámico. Contexto cultural. Arquitectura civil y religiosa: Omeyas, Abasíes, Aglabíes, Tuluníes, Otomana
- Tema 4. El arte medieval cristiano europeo. Contexto cultural. Arquitectura, Escultura y Pintura de los siglos IX al XIII
- Tema 5. El Renacimiento en Europa. Contexto cultural. Arquitectura, Escultura y Pintura en Italia y España.
- Tema 6. El Barroco en Europa. Contexto cultural. Arquitectura, Escultura, Pintura en Italia, Países Bajos y España.
- Tema 7. El arte del siglo XIX. Contexto cultural. Arquitectura, Escultura y Pintura en Francia y España.
- Tema 8. Las vanguardias del siglo XX. Contexto cultural. Arquitectura y Pintura en Francia y su repercusión en Europa.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- AZCÁRATE RISTORI, J. M^a. et al., Historia del Arte, Manual de COU, Anaya, 1979. Historia del Arte, Manual de COU, Edelvives.
- BALLART, J., El Patrimonio histórico: y arqueológico: valor y uso, , Ariel 1997
- BIANCHI BANDINELLI, R. y PARIBENI, E., El arte en la Antigüedad Clásica: Grecia, Akal, , 1998
- BLANCO FREJEIRO, A., Arte Griego, C.S.I.C., , 1982
- FATÁS, G. y BORRÁS, G., Diccionario de Términos de Arte, , (varias ediciones) Alianza Editorial 0
- GARCÍA Y BELLIDO, A., Arte Romano, C.S.I.C., , 1972
- GOMBRICH, E., Historia del Arte, , Alianza Editorial 1991
- GÓMEZ PRIETO, J. y G-QUIJANO DÍAZ, C., Rutas e itinerarios turísticos en España, , Síntesis 1991
- MARTÍN GONZÁLEZ, J. J., Historia del Arte 2 vols., Gredos, , (varias ediciones). 0
- MORALES, A. J., Patrimonio histórico-artístico, Historia 16, , 1996
- MORALES MIRANDA, J.: Guía Práctica para la interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, , 1998
- MORANTE LÓPEZ, F. y RUIZ ZAPATA, A. M^a, Análisis y comentario de la obra de arte, Edinumen, Madrid, 1994.
- PANIAGUA, J. R., Vocabulario Básico de Arquitectura, Cátedra, , 1993
- RAMÍREZ, J. A. (Dtor), Historia del Arte 4 vols., , Alianza Editorial 1998
- REBOLLO MATÍAS, A., Historia del arte y patrimonio cultural en España, , Síntesis 1997
- SANTANA, A., Antropología y Turismo, , Ariel 1997
- VV.AA., Biblioteca Básica de Arte, Anaya, 1995
- VV.AA., Conocer el Arte, Historia 16, 1996
- VV.AA., Cuadernos de Arte Español, Historia 16, , 1991
- VV.AA., Historia del Arte Hispánico, Alhambra, , 1989
- VV.AA., Historia del Arte, Historia 16, , 1989
- VV.AA., Historia Universal del Arte, Planeta, 1986

EVALUACIONES

Evaluación final en fecha establecida por la secretaría de la E.U. TURISMO.

Prueba teórica consistente en escoger dos temas de tres y desarrollarlos con una duración de 2 horas.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

Se tendrá en cuenta la claridad y madurez de los conceptos, el conocimiento correcto de la cronología, la terminología, así como el desarrollo completo del tema.



Asignatura:	206 (4578) Contabilidad financiera de empresas turísticas		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD		



Asignatura:	207 (4579) Fundamentos de marketing		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

OBJETIVOS GENERALES:

- Conocer las particularidades del servicio turístico
- Comprender el carácter dinámico y en continuo cambio del turismo
- Conocer las teorías y conceptos básicos de marketing turístico y estudiar las tendencias generales de esta disciplina
- Conocer las herramientas y aplicaciones de análisis e investigación propias de marketing turístico.
- Conocer las fuentes principales de información sobre el entorno turístico
- Conocer las técnicas de detección de mercados objetivos y análisis del entorno
- Delimitar las variables que más inciden en las acciones de marketing
- Identificar los interlocutores claves para la comercialización turística

CONTENIDO:

- BLOQUE TEMÁTICO:** Nombre Bloque Temático
- INTRODUCCIÓN AL MARKETING
 - Lección 1ª MARKETING GENERAL
 - Lección 2ª MARKETING CLÁSICO FRENTE AL MARKETING TURÍSTICO.
 - Lección 3ª EL PLAN DE MARKETING
 - EL TURISTA COMO CLIENTE: SU CONOCIMIENTO Y GESTIÓN.
 - Lección 4ª EL CONSUMIDOR Y EL MARKETING
 - Lección 5ª EL CONOCIMIENTO DEL NUESTRO CLIENTE HABITUAL
 - EL MERCADO DE REFERENCIA
 - Lección 6ª EL MERCADO DE REFERENCIA
 - EL ENTORNO EN EL QUE SE DESENVUELVEN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.
 - Lección 7ª EL MICROENTORNO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.
 - Lección 8ª EL MACROENTORNO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS
 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN TURISMO
 - Lección 9ª LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN TURISMO
 - Lección 10ª OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ALTES MACHIN, C.: Marketing y turismo. . Síntesis 1993
- ASHWORTH, G. y GOODALL, B.: Marketing Tourism Places. Routledge, Londres. 1990
- BERRY, L.L. y PARASURAMAN, A.: Marketing de servicios: la calidad como meta. Parramon. . 1993
- BUTTLE, F.: Hotel and food service marketing. Cassell, Londres. 1986
- CARDENAS TABARES, F.: La segmentación del mercado turístico. Trillas, México 1991
- CÁRDENAS TABARES, F.: Comercialización del turismo: determinación y análisis de mercados. Trillas, México. 1990
- CHIAS, J.: El mercado son personas: El marketing en las empresas de servicios. . McGraw-Hill 1991
- COBRA, M y ZWARG, F.: Marketing de servicios: conceptos y estrategias. , Bogotá. McGraw-Hill 1992
- COHEN, W.: El plan de marketing: procedimientos, formularios, estrategia y técnica. Deusto, Bilbao. 1989
- CRUZ ROCHE, I.: Fundamentos de marketing. , Ariel 1990
- DAHDA, J. : Publicidad turística. Trillas, México. 1990
- DÍAZ DE SANTOS: Las tres dimensiones del marketing de servicios. Ed. Díaz de Santos, . 1993
- DÍAZ DE SANTOS: Promoción al consumidor en el marketing de servicios. Díaz de Santos, . 1990
- DÍEZ DE CASTRO, E. y FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J.C.: Distribución comercial. , McGraw-Hill 1993
- DÍEZ DE CASTRO, E. y LANDA BERCEBAL, J.: Merchandising. , Pirámide 1996



- DÍEZ DE CASTRO, E. y MARTÍN ARMARIO, E.: Planificación publicitaria. , . Pirámide 1993
- DORADO, J.A. Y CERRA, J.: Manual de recepción y atención a cliente. , Síntesis 1994
- EIGLIER, P. LANGEARD, E.: Servucción: El marketing de los servicios. . París. McGraw- Hill 1989
- ESTEBAN TALAYA, A. y PEREZ GOROSTEGUI, E.: Prácticas de marketing. , . Ariel 1991
- GATELL PAMIES, J.: Hotel, hotel marketing. Ciencias de la dirección, . 1994
- GRANDE ESTEBAN, I.: Dirección de marketing: Fundamentos y software de aplicaciones. , . McGraw-Hill 1992
- GRANDE ESTEBAN, I.: Marketing de servicios. . . Esic 1996
- GRANDE, I. y ABASCAL, E.: Fundamentos y técnicas de investigación comercial. , . Esic 1994
- GREEN, M.: Marketing de hoteles y restaurantes. Deusto, Bilbao. 1988
- HOROVITZ, J.: La calidad del servicio. A la conquista del cliente. . . McGraw-Hill 1991
- KOTLER, P.: Dirección de marketing: Análisis, planificación, gestión y control. , , 7ª ed. Prentice-Hall 1992
- LAMBIN, J.J.: Casos prácticos de marketing., . McGraw-Hill 1995
- LAMBIN, J.J.: Marketing estratégico. , , 3 ed. McGraw-Hill 1995
- LANDA BERCEBAL, J.L.: Estrategias competitivas para las empresas del sector turístico. Junta de Andalucía, . 1991
- LEVITT, T.: Comercialización creativa. Ed. Cecs. México. 1986
- MAKENS, J.C.: El plan de marketing: Cómo realizarlo en la empresa. , . Hispano Europea 1990
- MARTÍN ARMARIO, E.: Marketing. , . Ariel 1993
- McKENNA, R.: Marketing de relaciones. Ed. Paidós, . 1994
- MIDDLETON, V.T.C.: Marketing in travel and tourism. Heineman, Londres. 1989
- MONROE, K.B.: Política de precios. , . McGraw-Hill 1992
- ORTEGA MARTÍNEZ, E.: La dirección de marketing. , , 3ª ed. Esic 1987
- ORTEGA MARTÍNEZ, E.: Manual de investigación comercial. Pirámide, , 3ª ed. 1992
- ORTEGA MARTÍNEZ, E.: 13 grandes temas de marketing. , . Esic 1989
- PARENTEAU, A.: Marketing práctico de hostelería, restauración y turismo. , . Síntesis 1995
- RECIO, I.: Marketing turístico: un desafío pendiente. Istmo, . 1983
- RIES, A. y TROUT, T.: Posicionamiento. , . McGraw-Hill 1989
- SANTESMASES MESTRE, M.: Marketing: Conceptos y estrategias. Pirámide, . 3ª ed. 1996
- SANTESMASES MESTRE, M.: Términos de marketing: diccionario-base de datos. , . Pirámide 1996
- SCHIFFMAN, L.G. y KANUK, L.L.: Comportamiento del consumidor. , México, 3ª ed. Prentice-Hall 1991
- SERRANO GÓMEZ, F.: La práctica de la investigación comercial. , . Esic 1990
- SERRANO GÓMEZ, F.: Temas de introducción al marketing. , . Esic 1994
- SLEIGHT, S.: Patrocinadores. Un nuevo y eficaz sistema. , . McGraw-Hill 1992
- SOLER PUJALS, P.: La investigación motivacional en marketing y publicidad. Deusto, Bilbao. 1990
- SOLER PUJALS, P. y PERDIGUER, A.: Prácticas de investigación de mercados. Deusto, Bilbao. 1992
- STAPLETON, J.: Cómo preparar un plan de marketing. Deusto, Bilbao, 2ª ed. 1992
- VALLS, J.F.: Las claves del mercado turístico. Deusto, Bilbao. 1996
- VELASCO, E. De: El precio: variable estratégica del marketing. , . McGraw - Hill 1993
- VOGELER RUIZ, C y HERNÁNDEZ ARMAND, E.: Estructura y organización del mercado turístico. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. . 1995
- BELLO, L.; VÁZQUEZ, R. y TRESPALACIOS, J.A.: Investigación de mercados y estrategia de marketing. Civitas, . 1993
- BIGNÉ, E.; FONT, F. Y SIMÓ, L.A.: Marketing de destinos turísticos. , . Esic 2000
- BORJA, S.; CASANOVAS, J.A. Y BOSH, R.: El consumidor turístico. , Esic 2002
- BORJA Solé, L. y otros: El consumidor Turístico. , Esic 2002
- GRÖNROOS, C.: Marketing y gestión de servicios. Ed. Díaz de Santos, . 1994



- HESKETT, J.L.; SASSER, W.E. y HART, W.L.: Cambios creativos en servicios. Díaz de Santos. . 1993
- KOTLER, P; BOWEN, J. Y MAKENS, G.: Mercadotecnia para hostelería y turismo, Prentice hall, México, . 1997
- LÓPEZ, -: Teoría y práctica de la mercadotecnia: un enfoque al turismo. Cecsca, México. 1992
- MIQUEL PERIS, S.; PARRA GUERRERO, F.; L'HERMIE, C. y MIQUEL ROMERO, M.J.: Distribución comercial. , . Esic 1996
- MIQUEL, S.; MOLLA, A. y BIGNE, E.: Introducción al marketing. , . McGraw-Hill 1994
- MUÑOZ OÑATE, F.: Marketing turístico. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. . 1994
- O'SHAUGNESSY, J.: Marketing competitivo: Un enfoque estratégico. Díaz de Santos, . 1991
- STANTON, W.; ETZEL, M.J. y WALKER, B.J.: Fundamentos de marketing. , México, 9ª edic. McGraw-Hill 1997
- ZEITHALM, V.; PARASURAMAN, A. y BERRY, L.: Calidad total en la gestión de servicios. Díaz de Santos. . 1993

METODOLOGÍAS

No se imparte docencia

EVALUACIONES

Realización de un único examen final en la fecha fijada por el Centro



Asignatura:	208 (4580) Estructura económica del sector turístico		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4	Horas teoría:	40
Créditos prácticos:	2	Horas prácticas:	20
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo general es dotar al alumno de la capacidad para el análisis que le permita identificar las peculiaridades del sector turístico en relación con otros sectores productivos y comprender la importancia que estas peculiaridades tienen en el comportamiento de los agentes que participan en el sector y en el impacto del turismo en la economía de un país. Más específicamente, se pretende que del análisis de la realidad actual del sector turístico español, el alumno pueda identificar tanto las fortalezas como las debilidades del sector para poder aplicar sus conocimientos dentro del marco de globalización y mayor competitividad al que asistimos y al que el sector turístico español tiene que hacer frente.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1.- Las empresas turísticas en España

1. Resumen y objetivos.
2. Alojamientos turísticos: internacionalización de las cadenas hoteleras.
3. El transporte aéreo: liberalización y compañías de bajo coste.
4. Las empresas de ocio y restauración.
5. Tendencias de la intermediación en el sector turístico.
6. La innovación tecnológica en las empresas del sector turístico.

Lección 2.- Análisis desagregado del sector turístico en España

1. Resumen y objetivos.
2. Mercados turísticos emisores.
3. Turismo interno y turismo emisor.
4. Cluster turísticos: alojamiento, distribución, transporte y ocio.
5. Análisis comparativo del turismo: Andalucía y España.

Lección 3.- El sector turístico en la economía nacional

1. Resumen y objetivos.
2. Magnitudes macroeconómicas y turismo.
3. Cuenta Satélite del Turismo.
4. Impacto económico del turismo: Producción, empleo y sector exterior.

Lección 4.- Externalidades en el sector turístico

1. Resumen y Objetivos.
2. Los fallos del mercado en el sector turístico.
3. Los valores sin precio de los productos turísticos.
4. Internalización de las externalidades en el turismo.
5. Aplicaciones al sector turístico en Andalucía.

Lección 5.- La estrategia competitiva en la producción de servicios turísticos

1. Resumen y objetivos.
2. Enfoques macroeconómico, sectorial y empresarial de la competitividad turística.
3. Calidad y productividad como factores de competitividad en el turismo.
4. La competitividad del sector turístico español.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

00 BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA PARA LA PREPARACIÓN DEL EXÁMEN POR LECCIONES

01 Lección 1º- TEORÍA:

02 MARTORELL, O.: Cadenas Hoteleras. Análisis del Top 10. Capítulo 3. pp. 61 a 63. Ariel 2002

03 BLASCO, A.: Turismo y transporte. Capítulo 12. pp. 171 a 174 y pp.179 a 182. Síntesis 2001



- 04 SLOMAN, J.: Introducción a la microeconomía. pp. 257 a 259 Prentice-Hall 2000
- 05 SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO: Informe sobre los efectos de Internet en el sector de las agencias de viajes. Epígrafes 2.1, 2.2, 2.3, 2.5, 4.1, 4.2 y 4.4 Informe Tecnova
- 06 INFORME DE COYUNTURA DEL TURISMO EN ESPAÑA: Hostelería y restauración. pág. 1 2004
- 07 HOSTELTUR: Informe Turoperadores y Agencias de Viajes. Hosteltur Estructura sector agencias. Enero 2006, pp. 114 a 122. 2006
- 08 INFORME MINTEL: European Hotel Chain Expansion, Travel & Tourism Analyst. MINTEL Mayo 2004. pp. 1 a 8 y pp. 19 a 22. 2004
- 09 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Nota de coyuntura. Compañías de Bajo Coste. Último nº publicado.
- 10 E-BUSINESS WATCH: Electronic Business in Tourism is Taking off with Strong Impacts on Intermediation. Marzo de 2005. 2005
- 11 HOSTELTUR: Hoteles España. Número 151. Septiembre 2006. Pp. 22 a 24 2006
- 12 PRÁCTICAS:
- 121 EJERCICIOS Y CUESTIONES PROPUESTOS
- 13
- 13 Lección 2ª- TEORÍA:
- 14 EXCELTUR: Balance año turístico. Último nº publicado.
- 15 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Movimientos Turísticos de los españoles (Familitur). Último nº publicado.
- 16 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). Último nº publicado.
- 17 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Ocupación Hotelera. Años 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.
- 18 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Ocupación Acampamentos. Años 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.
- 19 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Ocupación Apartamentos Turísticos. Años 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.
- 20 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Compañías de Bajo Coste. Nota de coyuntura. Último nº publicado.
- 21 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Encuesta de Ocupación Turismo Rural. Años 2005, 2006, 2007, 2008 y 2009.
- 22 PRÁCTICAS:
- 221 EJERCICIOS Y CUESTIONES PROPUESTOS
- 23
- 23 Lección 3ª- TEORÍA:
- 24 BULL, A.: La economía del Sector Turístico. Capítulo 7, páginas 150 a 161; Capítulo 8, páginas 185 a 188 y Capítulo 10, páginas 213 a 223 Alianza 1995
- 25 PEDREÑO, A.: Introducción de la economía del turismo en España. Capítulo 5. Páginas 162 a 170 Civitas 1996
- 26 RUDIGER LEIDNER: The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy. Páginas 11 a 14. 2004
- 27 WITT, S. Y MOUTINHO, L.: Tourism marketing and management handbook. Páginas 475 a 478. 1994
- 28 QUEVEDO, J.: La organización estadística de la Cuenta Satélite del Turismo. Documentos de trabajo. Páginas 10 a 21 Universidad de Alcalá 2001
- 29 INE: Cuenta Satélite del Turismo de España (CST) Serie 2000-2006. Nota de Prensa. 20 Diciembre 2007. 2007
- 31 INE: Encuesta Anual de servicios 2006. Encuesta Anual de Comercio 2006 (Avance de resultados) Nota de Prensa. 11 Diciembre 2007. 2007
- 33 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Nota de coyuntura. Empleo en turismo. Encuesta de población activa (EPA). Último nº publicado.
- 34 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS: Balanza de Pagos. 2008
- 35 PRÁCTICAS:
- 351 EJERCICIOS Y CUESTIONES PROPUESTOS
- 36
- 36 Lección 4ª- TEORÍA:
- 37 PEDREÑO MUÑOZ, A.: Introducción a la economía del turismo en España. Cap. 8, pp. 276 a 287. Civitas 1996
- 38 BULL, A.: La economía del Sector Turístico. Cap. 9. pp. 193 a 210. Alianza 1995
- 39 SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO: EVALUACIÓN DE PROYECTOS: Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio. MICYT. Cap. 3. pp. 83 a 112.
- 40 ROMERO, C: Economía de los recursos ambientales y naturales. Cap. 3. pp. 51 a 76. Alianza Economía 1997



- 41 STIGLITZ, J.: Microeconomía. Cap. 21. pp. 647 a 672. 2003
- 42 KATZ, M. y ROSEN, H.: Microeconomía. Cap. 16. pp. 563 a 580. 1994
- 43 GONZALEZ, L., MORA, A. y PORRAS, C.: Análisis comparativo de la demanda de espacios naturales protegidos de costa e interior: un caso aplicado. pp. 1 a 8 VII Reunión de Economía Mundial 2005
- 44 PRÁCTICAS:
- 441 EJERCICIOS Y CUESTIONES PROPUESTOS
- 45
- 45 Lección 5ª- TEORÍA:
- 46 PEDREÑO MUÑOZ, A.: Introducción a la economía del turismo en España. Cap. 6, págs. 217-245. Cívitas 1996
- 47 CAMISON ZORNOSA, C.: La calidad como factor de competitividad en el turismo: análisis del caso español. I.C.E., nº 749, Enero, págs. 99-121. 1996
- 48 PORTER, M. E.: Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones. Bilbao, págs. 323 a 329. Ediciones Deusto 1998
- 49 BANCO DE ESPAÑA: La competitividad del sector turístico. Boletín Económico. Septiembre 2004, págs. 3 a 17. 2004
- 50 LA CAIXA: Empleo y productividad: ¿objetivos incompatibles?. Informe Mensual. Julio-Agosto, págs. 20 a 21. 2006
- 51 LA CAIXA: ¿Por qué se desacelera la productividad total de los factores de la economía española?. Informe Mensual. Julio-Agosto, págs. 38 a 40. 2006
- 52 LA CAIXA: En busca de la productividad perdida. Informe Mensual. Julio-Agosto, págs. 43 a 45. 2006
- 53 PLAN DE TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020: www.turismo2020.es
- 54 PRÁCTICAS:
- 55 EJERCICIOS Y CUESTIONES PROPUESTOS

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

- 01 Lección 1º
- 02 ANALISTAS FINANCIEROS INTERNACIONALES: Tendencias empresariales por subsectores. EXCELTUR. 2009
- 03 URIEL, E. (Dir): El sector turístico en España. Edita: Caja de Ahorros del Mediterráneo. Capítulo V. 2001
- 04 AEDAVE:: Las nuevas tecnologías en la comercialización turística. Informes especiales. 2006
- 05 FAGERBERG, J.: Innovation: a guide to the literature. Capítulo 1. 2004
- 06
- 07 Lección 2ª
- 08 URIEL, E. (Dir): El sector turístico en España. Edita: Caja de Ahorros del Mediterráneo. Capítulo II. 2001
- 09 MEJÍA P.: Presente y futuro del turismo en España: el camino de 2005 a 2020. ECONOMÍA EXTERIOR. Nº 33. 2005
- 10
- 11 Lección 3ª
- 12 QUEVEDO, J.: La Cuenta Satélite del Turismo (CST): Pasado, presente y futuros desarrollos, Madrid. Capítulos III y IV. 2001
- 13 URIEL, E. (Dir): El sector turístico en España. Edita: Caja de Ahorros del Mediterráneo. Capítulo VII. 2001
- 14 SINCLAIR, M.T. y STABLER, M.: The economics of tourism. Routledge, USA y Canadá. Capítulo 6. 1998



15

16 Lección 4ª

17 SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO: EVALUACIÓN DE PROYECTOS: Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio. MIYCT. Capítulo 3. pp. 83 a 112. 1993

18 SINCLAIR, M.T. y STABLER, M.: The economics of tourism. Routledge, USA y Canadá. Capítulos 7 y 8. 1998

19 FURIÓ BLASCO, E.: Turismo, bienes públicos y efectos externos de mercado. Papers de Turisme, nº 21. 1997

20 STIGLITZ, J.: Microeconomía. Editorial Ariel. Capítulo 21. 2009

21 PEDREÑO MUÑOZ, A.: Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas. Capítulo 8, pp. 276 a 293 1996

22

23 Lección 5ª- La estrategia competitiva en la producción de servicios turísticos.

24 GOOROOCHURN, N. y SUGIYARTO, G: Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. Tourism Economics, Volumen 11, 1, pp. 1 a 8. 2005

25 URIEL, E. (Dir): El sector turístico en España. Edita: Caja de Ahorros del Mediterráneo. Capítulo VI. 2001

26 SINCLAIR, M.T. y STABLER, M.: The economics of tourism. Routledge, USA y Canadá. Capítulo 6. 1998

27 VENTURA, J.: Análisis competitivo de la empresa: Un enfoque estratégico. Editorial Civitas, Madrid. 1994

EVALUACIONES

El examen final: En la fecha programada por el Centro, constará de dos partes: a) cuestiones y ejercicios tipo test de contenido teórico y práctico (65 % de la calificación total) y b) un ejercicio en que se valorará tanto el cálculo como la interpretación de los resultados (35 % de la calificación total). En las preguntas tipo test cada respuesta incorrecta restará la tercera parte de su puntuación y si no se responde, ni suma ni resta puntos. Para aprobar el examen hay que obtener un mínimo de 50 puntos sobre 100.

Criterios de corrección: La corrección del examen se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria para la preparación del examen.



Asignatura:	301 (4571) Operaciones y procesos de producción		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4	Horas teoría:	40
Créditos prácticos:	2	Horas prácticas:	20
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

OBJETIVOS GENERALES:

La diversidad de actividades que se realizan cotidianamente en las empresas turísticas y las interconexiones e influencias existentes entre ellas elevan la complejidad de la gestión de estas empresas. Ante esta situación, la asignatura pretende ofrecer una visión actual de las principales operaciones y procesos de producción existentes en el sector turismo.

Para ello se analizarán, todos los procesos que realizan tanto los hoteles como las empresas de restauración y las agencias de viajes, entre otros, ofreciendo un enfoque integrador que permita al estudiante contemplar, en su totalidad, la problemática de la gestión específica de este tipo de empresas.

Específicamente se persiguen los siguientes objetivos concretos:

- Capacitar al alumnado para que conozca los principios de una gestión de innovación y mejora de la calidad en los principales procesos de producción y servicio de las empresas turística.
- Situar a la empresa turística en el entorno social en el que actúa y comprender las interrelaciones internas y externas que se generan en el desarrollo de su gestión de producción.
- Establecer un enfoque de mejora e innovación.
- Analizar los principales procesos de gestión y producción de las diferentes empresas turísticas y diferenciar fases, operaciones y procesos.
- Aplicar una metodología basada en los procesos.
- Ejercitar hábitos de lectura e investigación en el alumnado.

Las competencias desarrolladas deberán ser: Integración de la información, responsabilidad, trabajo en equipo, habilidades comunicativas y planificación

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE OPERACIONES. El subsistema de operaciones. Bienes y servicios. La administración de operaciones. Estrategia de operaciones. Ventajas competitivas. Factores de éxito en operaciones.

GESTIÓN DE LA CALIDAD. Calidad y estrategia: concepto y costes. La calidad en el sector turístico. Determinantes de la calidad del servicio. La certificación de la calidad. Gestión de la calidad total (TQM).

DISEÑO DEL PRODUCTO, PROCESOS Y PLANIFICACIÓN DE LA CAPACIDAD. Diseño y desarrollo del producto: especial referencia a los servicios. Estrategia de proceso: Herramientas para el diseño de procesos. Reingeniería de procesos en los servicios. La capacidad y su planificación.

LOCALIZACIÓN Y DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN. La decisión de localización. Factores de localización. La localización de servicios. Métodos cuantitativos de localización. El diseño de la organización (layout).Objetivos en el layout de servicios.

GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS E INVENTARIO. Dirección y diseño de la cadena de suministro. El aprovisionamiento: fabricar o comprar. Estrategias de la cadena de suministro. Etapas del proceso de selección de un proveedor. Concepto y tipos de inventario. Gestión y control de inventario.

PROGRAMACIÓN INTERMEDIA Y A CORTO PLAZO Y MANTENIMIENTO. Planificación o programación agregada. La programación en los servicios. La programación lineal. Gestión de mantenimiento. Decisiones y tipos de mantenimiento. Organización de la función de mantenimiento.

OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN RESTAURACIÓN. Concepto y clasificaciones de restauración. Restaurantes y cafeterías. Nuevas fórmulas de servicio y atención al cliente en restauración. Organigrama en empresas de restauración. Proceso de cocina. Proceso de sala. Proceso de economato y bodega.

OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN ALOJAMIENTOS. Concepto y tipos de empresas de alojamiento. Estructura de gestión de los hoteles. Procesos operativos y de soporte en empresas de alojamiento. Proceso de alojamiento y subprocesos. Proceso de limpieza.

OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN LA INTERMEDIACION TURÍSTICA. Agencia de viajes: concepto, actividad y clasificación. Estructura organizativa de las agencias de viajes. Proceso de producción de viajes. Proceso de atención y venta al cliente. Proceso de gestión de los recursos externos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- CASANUEVA ROCHA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J., CARO GONZÁLEZ, F.J. : Organización y gestión de empresas turísticas. Pirámide 2005
- DAVENPORT, T.H. : Innovación de procesos. Díaz de Santos 1996



- DOMÍNGUEZ MACHUCA, J. A., GARCÍA GONZÁLEZ, S., DOMÍNGUEZ MACHUCA, M.A., RUÍZ JIMÉNEZ, A., ALVAREZ GIL, M^a. J. Dirección de operaciones: aspectos estratégicos en la producción y en los servicios. McGraw-Hill 1994
- FELIPE GALLEGU, J. : Dirección estratégica de los hoteles del siglo XXI. McGraw-Hill 1996
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. A. : El control, fundamento de la gestión por procesos y la calidad total. Editorial. . Esic 1996
- FERNÁNDEZ SANCHEZ, E. : Dirección de la producción. Métodos operativos. Cívitas 1994
- FIGUEROLA PALOMO, M. : Economía para la gestión de las empresas turísticas (Producción y comercialización). Centro de Estudios Ramón Areces. 1995
- GALLEGU, J.L. : Dirección estratégica en los hoteles del siglo XXI. McGraw-Hill Interamericana 1996
- HAMMER, M., CHAMPY, J. : Reingeniería de la empresa. Parramón. 1994
- HARRINGTON, H. J. : Mejoramiento de los procesos de la empresa. . McGraw-Hill 1998
- HEIZER, J., RENDER B. Dirección de la producción: decisiones tácticas.
- HEIZER J., RENDER B. : Dirección de la producción. decisiones estratégicas. Prentice Hall 2001
- JIMÉNEZ, C.E. Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes. Thomson Paraninfo. 2005
- JULIÁ, M., PORSCHE, F., GIMÉNEZ, V. Y VERGE, X. : Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración. Prentice Hall 2002
- KRAJEWSKI L. J.,RITZMAN L. P. : Administración de operaciones. estrategias y análisis. Prentice Hall 2000
- MESTRES SOLER, J.R. : Técnicas de gestión y dirección hotelera. Gestión 2000. 1995
- PARRA, E.; CALERO, F. Gestión y dirección de empresas turísticas. McGrawHill. 2006
- PIÑOLÉ, I.A Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes. Centro de Estudios Ramón Areces. 1999
- VOGELER, C. : El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Centro de Estudios Ramón Areces. 2000

METODOLOGÍAS

No se imparte docencia

EVALUACIONES

Realización de un único examen final en la fecha fijada por el Centro

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

No se realizarán actividades académicas complementarias.



Asignatura:	302 (4572) Marketing turístico		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	4,5	Horas teoría:	45
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

OBJETIVOS GENERALES:

Dotar al alumno de los conocimientos teóricos necesarios para elaborar una oferta turística completa, desde la selección de los consumidores potenciales hasta la elaboración del mix de marketing. Fomentar la capacidad de razonamiento sobre cuestiones comerciales, así como desarrollar las habilidades necesarias para dar respuesta a los problemas de gestión del marketing en las organizaciones del sector turístico

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO:

Lección 1ª EL PRODUCTO TURÍSTICO COMO BASE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

1. Concepto y características del producto turístico.
2. La gestión de la oferta de servicios.
3. El ciclo de vida del producto y el marketing turístico
4. La marca y el producto turístico
5. La diferenciación y el posicionamiento del producto turístico

Lección 2ª LA GESTIÓN DE LA SERVUCIÓN EN LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

1. El sistema de servucción en la empresa turística.
2. La gestión de la participación del cliente.
3. La gestión del soporte físico.
4. La gestión del personal en contacto.

Lección 3ª LA CALIDAD COMO OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto e importancia de la calidad.
2. La gestión de la calidad en las empresas turísticas.
3. Estrategias para la mejora de la calidad en las empresas turísticas.

Lección 4ª LA VARIABLE PRECIO Y LAS CONDICIONES DE VENTA

1. Importancia de la variable precio en la comercialización de los productos turísticos.
2. Condicionantes para el diseño de la estrategia de precios en la empresa turística.
3. Métodos de fijación de precios.
4. Estrategias de precios en el sector turístico.

Lección 5ª LA DISTRIBUCIÓN EN EL TURISMO

1. La distribución comercial y el marketing turístico
2. Diseño y análisis del canal de distribución en el sector turístico.
3. Los sistemas verticales de marketing en la distribución turística

Lección 6ª ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. Tipología de intermediarios en el sector turístico.
2. Las agencias de viajes y touroperadores en la distribución turística.
3. Los GDS y las centrales de reservas en la distribución turística.
4. Otros intermediarios y agentes en el entorno de la distribución turística

Lección 7ª ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. El mix de la comunicación en los productos turísticos.
2. La publicidad y los productos turísticos.
3. Promoción de los productos turísticos.
4. El marketing directo en el sector turístico
5. Otros instrumentos en la comunicación turística.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Albert Piñole, I. Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes Cerasa 1999
- ALCAIDE, JUAN CARLOS Fidelización de clientes Esic 2010
- Alcázar Martínez, Benjamín del Los canales de distribución en el sector turístico Esic 2002
- Antón Clave, S. Parques Temáticos Ariel 2005
- BIGNE, E.; FONT, X. Y ANDREU, L.: Marketing de destinos turísticos. Esic 2000
- BIOSCA, D. 200 Ideas para atraer clientes a un hotel. Gestión 2000 2003
- BORJA, L. ; CASANOVAS, J. A. Y BOSCH, R. El consumidor turístico Esic 2002
- CALLE VAQUERO, M. De la La ciudad histórica como destino turístico Ariel 2006
- CHIAS, J.: El negocio de la felicidad. Prentice Hall. 2004
- EDGER, R. y BUHALIS, D.: Etourism case studies:management and marketing issues in etourism. Elsevier 2008
- EIGLIER, P. LANGEARD, E Servucción: El marketing de los servicios McGraw- Hill 1991
- ELIZZAGARATE, V. marketing de Ciudades Pirámide 2003
- FONT, J. Casos de Turismo Cultural Ariel 2004
- GARCÍA HENCHE, B. Marketing del Turismo Rural Pirámide 2003
- KOTLER, P.; BOWENS, J. ; MAKENS, J.; RUFÍN, R. Y REINA, M. D. Marketing para Turismo Prentice Hall 2004
- KOZAK, M. Y ANDREU, L.: Progress in toruism marketing Elsevier 2006
- LANQUART, R. Marketing turístico Ariel 2001
- LLANO, F, y CALVO, J. Hoy es marketing Esic 2007
- McCABE, S. Marketing communications in Tourism and Hospitality : concepts, strategies and cases Elsevier 2008
- MEDIANO, L.. La gestión de marketing en el turismo rural Pearson 2004
- MIDDLETON, V.T.C. Marketing in travel and tourism Heinemman 2001
- MUNUERA, J. L. Y RODRÍGUEZ, A. I. Estrategias de Marketing Esic 2007
- MUÑOZ OÑATE, F. Marketing Turístico CERASA
- PIKE, S. Destination marketing: an integrated marketing communication approach Elsevier 2008
- REY, M. Fundamentos de marketing turístico Síntesis 2004
- SANTEMASES MESTRE, M. Marketing: Conceptos y Estrategias Pirámide 2007
- SEATON, A.V. y BENNET, M.M.: Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases Thomson 1996
- SERRA, A. Marketing Turístico Pirámide 2002
- SHOEMARKER, S y LEWIS, R.C. Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage Pearson 2007
- WITT, S.F. y MOUTINHO, L.: Tourist Marketing and Management Handbook Prentice Hall 1994

METODOLOGÍAS

No se imparte docencia

EVALUACIONES

Realización de un único examen final en la fecha fijada por el Centro



Asignatura:	303 (4573) Prácticas de turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	0	Horas teoría:	0
Créditos prácticos:	10	Horas prácticas:	150
	Duración:	Anual	
Área:	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		8,33%
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		8,33%
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA		8,33%
	(465A) HISTORIA DEL ARTE		8,33%
	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		8,33%
	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		8,33%
	(320A) FILOLOGÍA ALEMANA		8,33%
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN		8,33%
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD		8,33%
	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		8,33%
	(345A) FILOLOGÍA INGLESA		8,33%
	(335A) FILOLOGÍA FRANCESA		8,33%

OBJETIVOS GENERALES:

Realización de prácticas en empresas e instituciones del sector turístico

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

- Concepto de empresa e instituciones turísticas
- Organigrama de las distintas empresas e instituciones turísticas.
- Funciones a desarrollar en los distintos tipos de empresas e instituciones turísticas.

METODOLOGÍAS

REQUISITOS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS:

De acuerdo con la normativa vigente, los alumnos deberán tener aprobados al menos el 50% de los créditos de la titulación.

EVALUACIONES

1) Modalidad 1:

- Justificar el alumno que ha trabajado al menos 150 horas en una empresa relacionada con el Turismo, bien con un contrato de trabajo o bien habiendo realizado prácticas del Vicerrectorado Universidad-Empresa.
- Presentar una memoria en la fecha fijada por el Centro, con una extensión de entre 10 y 15 folios, a doble espacio, con letra Times New Roman tamaño 12 y márgenes de 2,54 (superior, inferior, izquierdo y derecho), que constará de la descripción de la empresa o institución donde trabajó, descripción de los departamentos que la integran y funciones que realizó.

2) Modalidad 2:

Presentar una memoria en la fecha fijada por el Centro, con una extensión de entre 30 y 40 folios, a doble espacio, con letra Times New Roman tamaño 12 y márgenes de 2,54 (superior, inferior, izquierdo y derecho), que constará de la descripción de una institución o empresa líder del sector turístico, analizando su origen, historia, actividad principal que realiza, departamentos que la integran y funciones que se desarrollan en cada departamento.

En relación a este último punto, el alumno deberá describir con detalle los distintos departamentos de a empresa, así como los procesos más relevantes que en ellos se desarrollan, poniéndose énfasis en aquellos procesos más innovadores, que son resultado de los profundos cambios que han ocurrido en las empresas turísticas en los años recientes, sobre todo en lo concerniente al papel de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (venta on line, relaciones entre empresas y destinos, redes sociales, etc.)



Asignatura:	304 (4581) Derecho administrativo turístico		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(125A) DERECHO ADMINISTRATIVO		

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª NOCIONES GENERALES SOBRE EL DERECHO ADMINISTRATIVO.

1. La división de poderes.
2. Administración y Gobierno.
3. El concepto de Derecho Administrativo.
4. El Derecho Público y el Derecho Privado en la Administración Pública.
5. Las Fuentes del Derecho Administrativo.

Lección 2ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA I

1. Clases de Administraciones Públicas
2. La Administración general del Estado.
3. Las Comunidades Autónomas.
4. La Administración local.

Lección 3ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA II.

1. La Administración Institucional
2. Las Corporaciones de Derecho Público representativas de intereses económicos y profesionales.

Lección 4ª LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA Y ACTO ADMINISTRATIVO

1. Concepto, elementos y clasificación de los actos administrativos.
2. Eficacia de los actos administrativos.
3. Suspensión de la eficacia: del acto administrativo.
4. Invalidez de los actos administrativos.
5. La ejecución forzosa.

Lección 5ª EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

1. Concepto, regulación y principios del procedimiento administrativo.
2. Fases del procedimiento administrativo
3. El silencio administrativo.

Lección 6ª LOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

1. Características generales y normativa reguladora
2. Clases de recursos administrativos
3. El procedimiento de tramitación de los recursos administrativos.
4. El recurso contencioso-administrativo.

SEGUNDA PARTE

Lección 7ª LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN MATERIA DE TURISMO I.

1. La actividad administrativa de fomento: subvenciones, créditos e incentivos.
2. La actividad planificadora.

Lección 8ª LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN MATERIA DE TURISMO II.

1. La disciplina administrativa en materia de turismo, especial referencia a las autorizaciones y sanciones administrativas.
2. Los servicios públicos y la actividad turística.

Lección 9ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE.

1. La Legislación medio ambiental y la actividad turística.
2. Ley de Costas y turismo.
3. Los Espacios naturales Protegidos y la actividad turística.

Lección 10ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y PATRIMONIO HISTÓRICO _ ARTÍSTICO

1. Concepto y régimen jurídico del patrimonio histórico-artístico.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

ARCANONS SIMÓN, R. : Manual de Derecho Administrativo Turístico. . Edit. Síntesis 1997

JAIMEZ GAGO, ISABEL Comentariosa a la Ordenación del Turismo en Andalucía Ed. Dykinson 2008



PARADA VÁZQUEZ, J. R. : Derecho Administrativo. Edit. Pons. , Pons 2004

Legislación turística. . , Edit. Tecnos 1997

METODOLOGÍAS

Asignatura a extinguir en curso 2013 - 2014.

Sin docencia hasta la extinción y solo derecho a examen.

EVALUACIONES

La evaluación del rendimiento académico consistirá en un examen teórico con varias preguntas a desarrollar, sin perjuicio de que algunas preguntas tengan una orientación práctica.

Las preguntas versarán sobre la primera y segunda parte del programa, debiendo el alumno aprobar ambas partes para superar la asignatura.

Los criterios para la corrección del examen final serán:

- 1) La primera parte del temario, temas 1 al 6, y la segunda parte del temario, temas 7 al 10, serán objeto de evaluación por separado, pudiendo el alumno como máximo obtener una puntuación de 7 puntos en la primera y 3 puntos en la segunda.
- 2) Para aprobar el examen se deberán superar ambas partes del examen, con aproximadamente 3,5 en la primera parte y 1,5 en la segunda parte.
- 3) Se evaluará la precisión de las respuestas en relación con el temario explicado, el razonamiento jurídico de las mismas y la utilización de la legislación y la jurisprudencia analizada en clase.



Asignatura:	305 (4582) Psicología social del turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL		

OBJETIVOS GENERALES:

Comprensión y conocimiento de los siguientes conceptos y procesos: conceptualización psicosocial del fenómeno turístico, diferenciación entre diferentes culturas y tipos de turistas, problemas metodológicos de la investigación en turismo, diferentes tipos de impacto provocado por el turismo, comprensión de la motivación y satisfacción turísticas, factores que influyen en la percepción de un destino turístico, influencia del turismo en el cambio de actitudes desde la óptica de la Hipótesis del Contacto y de la teoría de la Identidad Social, efectos de una experiencia intercultural, así como forma de afrontarla, importancia del marketing turístico, estrategias más utilizadas.

Competencias:

Competencias transversales/genéricas:

Desarrollar la capacidad de organizar la información y adquirir conocimientos de distintas fuentes documentales.

Aprender a identificar y definir problemas sociales relacionados con el uso del tiempo libre.

Saber aplicar diseños de trabajo e investigación que permitan obtener resultados contrastables.

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de gestión de la información

Capacidad o motivación por la calidad

Competencias específicas:

-Cognitivas (saber)

Conceptualización y comprensión de las variables psicosociales fundamentales para analizar, y comprender de manera crítica la realidad social relacionada con la experiencia turística.

Conceptualización y comprensión de los elementos integrantes de la experiencia turística como forma de ocio.

-Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

Dotar al estudiante de los conocimientos técnicos necesarios para la evaluación de la motivación de los sujetos con la experiencia turística.

Dotar al estudiante de los conocimientos técnicos necesarios para la evaluación de la satisfacción de los sujetos con la experiencia turística.

Conseguir que el estudiante realice un análisis comparativo y crítico de los diferentes instrumentos que evalúan la percepción de ocio

-Actitudinales (Ser):

Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia del ocio en la calidad de vida, la felicidad y el bienestar social.

Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia del ocio en la experiencia turística.

Desarrollar una conciencia crítica frente a determinadas formas de establecer la relación profesional-turista

Favorecer la toma de conciencia del alumnado acerca de su papel futuro como profesional implicado en el diseño e implementación de actuaciones sociales en el ámbito del turismo.

Descubrir intereses profesionales relacionados con el ámbito del turismo.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1. Introducción a la Psicología Social aplicada al estudio del turismo
2. Psicología Social y cultura
3. Percepción de personas y de sus acciones
4. Estereotipos y relaciones intergrupales
5. Motivación y satisfacción turísticas
6. Turismo y cambio de actitudes.
7. Impacto psicosocial del turismo: Interacción turista-residente

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

ÁLVARES SOUSA, A.: El ocio turístico en las sociedades industrializadas avanzadas. Bosh. 1994

ÁLVARO, J.L.; GARRIDO, A. Y TORREGROSA, J.R. Psicología social aplicada. Mc Graw Hill 1996

ARGYLE, M.: Psicología de la felicidad. Alianza 1987

BARON, R. Y BYRNE, D.: Psicología Social. Prentice Hall 1998

BARRIGA, S. y LEÓN, J.M.: Aspectos psicosociales del ambiente, la conducta deportiva y el fenómeno turístico. Eudema 1993



- CASTRO, A.: La tercera edad: el tiempo de ocio y cultura. Narcea. 1990
- CLEMENTE, M.: Psicología social aplicada. Pirámide 1997
- COLLIER, G., MINTON, H.L. Y REYNOLDS, G.: Escenarios y tendencias de la Psicología Social. Tecnos 1996
- CSIKSZENTMIHALYI, M: Aprender a fluir. Kairos. 2003
- CSIKSZENTMIHALYI, M: Fluir: Una Psicología de la felicidad. Kairos. 2003
- DE KADT, E.: Turismo ¿pasaporte al desarrollo?. Endymion. 1991
- ESCUELA DE TURISMO: Turismo y tiempo libre. Bilbao. Deusto. 1995
- FERNÁNDEZ DOLS, J. M.: Patrones para el diseño de la Psicología Social. Morata. 1990
- FISCHER, G. N.: Campos de Intervención en Psicología Social. Narcea. 1992
- GAVIRIA, M.; IRIBAS, J.M.; MONTERDE, M.; SABBAH, F.; SANZ, J.R. y URDINA, E. España a Go-Go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio. Turner. 1974
- GETE, E. Tiempo de ocio. Plaza y Janés. 1987
- GÓMEZ, L., HOMBRADOS, M. I., CANTO, J. M. Y MONTALBÁN, F.M.: Aplicaciones de la Psicología Social. Málaga: Ediciones Miguel Gómez. 1993
- GÓMEZ, L. Y CANTO, J.: Psicología social. Pirámide 1985
- HERNÁNDEZ, B.; MARTÍNEZ, J. Y SUÁREZ, E. Psicología ambiental y responsabilidad ecológica. Santa Cruz de Tenerife. Domicram. 1994
- JURDAO ARRONES, F.: España en venta. Endymion. 1990
- JURDAO ARRONES, F.: Los mitos del turismo. Endymion. 1992
- JURDAO ARRONES, F. y SÁNCHEZ, M.: España, asilo de Europa. Planeta. 1990
- LEIF, J. Tiempo libre y tiempo para uno mismo. Narcea. 1992
- LEÓN RUBIO, J.M.: Psicología Social. McGraw-Hill 1998
- MORALES, J. F., MOYA, M.C., GAVIRIA, E. Y CUADRADO, I. Psicología Social (3ª ed.). Madrid:Mc Graw Hill McGraw-Hill 1999
- MORALES, J. F. Y MOYA, M.C.: Tratado de Psicología Social. Volumen I y Volumen II. Psicología. Síntesis 1996
- MORALES, J.F.; BLANCO, A.; HUICI, C. y FERNÁNDEZ, J.M. Psicología social aplicada. Bilbao. DDB. 1985
- MOYA, M. Prácticas de Psicología Social. UNED. 1999
- MUNNE, F.: Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico. México. Trillas. 1980
- MYERS, D.: Psicología Social. México. McGraw Hill 1995
- OVEJERO BERNAL, A.: Las relaciones humanas. Biblioteca Nueva. 1998
- PASTOR RAMOS, G.: Ensayo de Psicología Social Sistemática. Publicaciones Universidad Pontificia de . 2000
- PEDRÓ, F.: Ocio y tiempo libre, ¿para qué?. Humanitas. 1984
- QUINTANILLA, I.: Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social. Sociedad del bienestar y Psicología Social. Vol II. Calidad de vida, educación, deporte y medio ambiente. . PPU. 1990
- Sabucedo, J.M., D'Adamo, O. y García Beaudoux, V. Fundamentos de psicología social. Siglo Veintiuno. 1997
- SAN MARTÍN, J. Ocio y turismo. En F. Expósito y M. Moya. Aplicando la Psicología Social. Pirámide 2005
- SAN MARTÍN, J.: Aspectos psicosociales del turismo. Revista de Psicología Social, pp. 297-302. 1998
- SAN MARTÍN, J.: La experiencia turística: cambio de actitudes y proceso de diferenciación en la relación turística residente. Málaga. Secretariado de publicaciones de la Universidad de Málaga. 1994
- SAN MARTÍN, J.: Psicociología del ocio y el turismo. Málaga. Aljibe. 2004
- SAN MARTÍN, J.: Relaciones interculturales en el contexto turístico. Boletín de Psicología, pp. 19-38. 2003
- SMITH, E.R. Y MACKIE, D.M.: Psicología Social. Panamericana. 1997
- SMITH, V.L.: Anfitriones e invitados. Endymion. 1989
- TURNER, L. y ASH, J.: La horda dorada. Endymion. 1991
- URBAIN, J.D.: El idiota que viaja. Endymion. 1993

METODOLOGÍAS

Temas colgados en la plataforma virtual de la asignatura.



EVALUACIONES

Se realizará un examen de alternativa múltiple con tres opciones de respuesta y compuesto por 30 ítems. Todas las preguntas irán referidas a la teoría colgada en la plataforma virtual de la asignatura.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

La fórmula para la corrección del examen es:

aciertos - (errores / 2)

BAREMO DE CALIFICACIONES

Suspenso: puntuación de 0 a 4.9

Aprobado: puntuación de 5 a 6.9

Notable: puntuación de 7 a 8.9

Sobresaliente: puntuación de 9 a 10 puntos

TASAS DE ÉXITO ACADÉMICO DE LOS TRES ÚLTIMOS CURSOS

CURSO ACADÉMICO: 2007/08:

- Convocatoria: 1ª

o No aprobados: 165

o No Presentados: 166

o Tasa de éxito: 99,4%

- Convocatoria: 2ª

o No aprobados: 4

o No Presentados: 4

o Tasa de éxito: 100%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores

o No aprobados: 2

o No Presentados: 3

o Tasa de éxito: 66,67%

CURSO ACADÉMICO: 2008/09:

- Convocatoria: 1ª

o No aprobados: 108

o No Presentados: 147



o Tasa de éxito: 73,47%

- Convocatoria: 2ª

o No aprobados: 29

o No Presentados: 44

o Tasa de éxito: 65,91%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores

o No aprobados: 0

o No Presentados: 1

o Tasa de éxito: 0%

CURSO ACADÉMICO: 2009/10:

- Convocatoria: 1ª

o No aprobados: 114

o No Presentados: 152

o Tasa de éxito: 75%

- Convocatoria: 2ª

o No aprobados: 21

o No Presentados: 34

o Tasa de éxito: 61,76%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores

o No aprobados: 5

o No Presentados: 8

o Tasa de éxito: 62,5%

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

La participación del alumnado en proyectos o trabajos de investigación en curso, vinculados temáticamente a la asignatura y dirigidos desde el área de conocimiento de Psicología Social.



Asignatura:	306 (4583) Sociología del turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(775A) SOCIOLOGÍA		

OBJETIVOS GENERALES:

El principal objetivo de la asignatura es dotar de elementos de análisis sobre el sector turístico desde el ámbito de la sociología. Así tener en cuenta que las principales teorías sociológicas pueden realizar aportaciones para el conocimiento, análisis y planificación en el sector turístico.

La asignatura se basa en los autores y autoras de mayor relevancia científica a nivel internacional en ciencias sociales, los más referenciados, como Beck, Habermas, Giddens, Sassen, Castells. El análisis más actual en sociología tiene en cuenta tanto las estructuras y sistemas como las acciones y decisiones de los sujetos. Se ofrecerá una contextualización de la estructura de las actuales sociedades, que nos lleva a explicar la última gran transformación de la sociedad industrial en sociedad de la información, así como el reciente proceso de globalización social, política y económica. Se verá como influye todo ello al turismo.

Por otro lado nos encontramos con la disciplina Sociología del turismo, que se consolidó a finales de los años 60 y durante los 70, y desde entonces hemos visto proliferar muchos trabajos. Veremos algunos de los principales autores de Sociología del turismo: Eric Cohen, Valene Smith, Pearce, MacCannell, Greenwood, Jafar Jafari. A través de ellos podemos estudiar las relaciones entre turistas y autóctonos, realizar tipologías de turistas, ver el impacto sociocultural del turismo en el país turístico y en el país de origen, tratar aspectos medioambientales, de género y de multiculturalidad, por destacar algunos de los más importantes temas.

En definitiva, se aborda la sociología del turismo desde las más actuales teorizaciones en sociología, partiendo del proceso histórico por el cual el turismo ha pasado de ser de élite a ser de masas, y luego profundizando en como las recientes transformaciones han afectado y están afectando al turismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- . Manejo de conceptos propios de la sociología y de la sociología del turismo, aplicación al análisis de la realidad turística y del sector turístico
- . Análisis sociológico de los datos estadísticos sobre turismo
- . Manejo de las bibliografías sobre sociología y turismo

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Temario

Tema 1. El ocio y el turismo a lo largo de la historia. De la Grecia clásica a la Sociedad de la Información

Tema 2. La sociología. Algunas nociones básicas, algunos de los principales autores. Origen de la rama de la sociología del turismo.

Tema 3. Interculturalidad y turismo. Turista y viajero. El "no lugar". Estereotipo, turista y sociedad. Impactos socioculturales en las sociedades receptoras y emisoras. Relaciones e interacciones entre turistas y nativos.

Tema 4. El turismo en la nueva sociedad de consumo. La sociedad del ocio y el carácter central del trabajo en la vida.

Tema 5. El desarrollo del turismo residencial. El caso español.

Tema 6. Turismo y desarrollo sostenible. El turismo responsable y el turismo sostenible. Conciencia social, conciencia ambiental. Sostenibilidad y diversificación. Nuevas políticas sociales y turismo. Las políticas sociales de la UE y el turismo.

Tema 7. El diseño de un proyecto de investigación social: aplicación al ámbito turístico.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ÁLVAREZ SOUZA, A. El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch Turismo, 1994
- APOSTOLOPOULOS, Y. The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations. Routledge, 2002
- BECK, U. La sociedad del riesgo global. Siglo XXI, 2002
- BECK, U. ¿Qué es la globalización? Paidós, 1998
- BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Alianza, 1994
- BELL, D. El advenimiento de la sociedad post-industrial. Alianza, 1989



- CASTELLANOS ORTEGA, M.L. Los nuevos braceros del ocio : sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresas en el sector turístico Miño y Dávila, 2006
- CASTELLS, M. La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Alianza, 1998
- CASTELLS, M. La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza & Janés, 2002
- COHEN, E. Contemporary Tourism. Diversity and Change Elsevier, 2004
- COHEN, E. "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings", en Annual Review of Sociology, nº10, pg. 373-392 1984
- COHEN, E. "Who is a tourist? A conceptual clarification", en Sociological Review, nº 22 (4), pg. 527-555 1974
- COMISIÓN EUROPEA E2005, una sociedad de la información para todos. Unión Europea, 2002
- COMISIÓN EUROPEA The europeans on holidays. 1998
- DANN, G.; COHEN, E. "Sociology and Tourism", en Annals of Tourism Research, nº 18, pg. 155-169 1991
- DÍAZ MARTÍNEZ, J.A., MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. Sociología del Turismo. UNED, 2003
- FLECHA, R., GÓMEZ, J., PUIGVERT, L. Teoría sociológica contemporánea. Paidós, 2001
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS : El turismo en España durante 2004. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, 2004
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS : Familitur, IET, (años 1999 a 2004). 2004
- JAFARI, J. "The tourist system", The Social and Cultural Impact of International Tourism. CNRS-Paris. 1986
- JAFARI, J. "Tourism models: the sociocultural aspects", Tourism Management, 8. 1987
- JAFARI, J. (ed) Enciclopedia del turismo. Síntesis, 2002
- MACCANNELL, D. El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Editorial Melusina, 2003
- MACIONIS, J., PLUMMER, K. Sociología. Pearson-Prentice Hall, 2007
- MARTINEZ QUINTANA, V. Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw Hill, 2006
- MAZÓN, T. Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces, 2001
- OMT Impact of European Union enlargement on tourism development in Europe, Vilnius, Lithuania 1-2 march 2006
- OMT Incidencia de la subida del precio del petróleo sobre el turismo internacional. OMT, 2006
- OMT Introducción al turismo. Egraf-OMT, 1998
- OMT Tendencias de los mercados turísticos : panorama mundial y actualidad del turismo. OMT, 2006
- OMT Tourism development in Europe : Tourism : a tool for sustainable development in transition economies, Belgrade, Serbia and Montenegro 20-21 june 2005
- PEARCE, P.L. "Tourists and Their Hosts: Some sociological and Psychological Effects of Intercultural Contact" 1981
- PIN ARBOLEDAS, J et al. Libro blanco sobre las mejores prácticas para la integración del trabajador inmigrante en las empresas españolas. IESE Business School - Universidad de Navarra.
- RUBIO GIL, A. Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo. Ariel, 2001
- RUBIO GIL, A. (coord) Sociología del turismo. Ariel, 2003
- RYAN, C., PAGE, S (ed) Tourism Management. Towards the New Millenium. Pergamon-Massey University,
- SASSEN, S. Una sociología de la globalización. Katz, 2002
- SMITH, V. Anfitriones e invitados : antropología del turismo. Endymion, 1992
- TOURAINÉ, A. ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. PPU, 1997
- TUDURÍ, C. Turismo responsable. 30 propuestas de viaje. Alhema Media, 2007
- TURNER, L.; ASH, J. La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Endymion, 1991
- VALLS, R., OLIVER, E. Violencia de género. Estudios sobre sus causas y como prevenirlo. El Roure, 2004
- VAN DEN BERGHE "Tourism and the ethnic division of labor", en Annals of Tourism Research 1992
- VEBLEN, TH. Teoría de la clase ociosa. Fondo de Cultura Económica, 2002
- VV.AA. - CONGRESO UNIJES Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión mas humana. Universidad de Deusto, 2007

METODOLOGÍAS

Asignatura ofertada sin docencia



EVALUACIONES

Un examen de los contenidos del programa.

Se trata de una prueba con preguntas cortas en las que el profesor presenta al alumno algunos fragmentos de la materia dejando, a continuación, espacios en blanco para que el alumno escriba los contenidos pertinentes. Asimismo, la prueba puede incluir que el alumno resuelva algunos ejercicios de metodología (escalas, elección de técnicas de investigación o propuestas de variables e indicadores).



Asignatura:	307 (4584) Administración de recursos humanos en el sector turístico		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

OBJETIVOS GENERALES:

Los objetivos de esta asignatura se resumen en dos: que el alumno conozca cómo se gestiona internamente al personal de las compañías turísticas para aumentar su eficacia y eficiencia, y que conozca las nuevas condiciones del entorno laboral para adaptarse al mismo.

De acuerdo con estos objetivos, se pretende que el alumno al finalizar esta asignatura pueda desarrollar las siguientes competencias:

- Realizar una planificación cualitativa y cuantitativa de las necesidades de personal de una empresa turística.
- Integrarse al mercado laboral conociendo cómo funcionan los procesos de reclutamiento y selección, y para una etapa posterior, en caso de dirigir un departamento de recursos humanos, saber llevar a cabo un reclutamiento y selección de personal.
- Administrar internamente un departamento de recursos humanos, considerando aspectos como la formación de personal, valoración de tareas, evaluación del desempeño y administración de salarios.
- Analizar el entorno laboral y saber aprovechar las oportunidades del mismo que redunden en una mejora para su empresa, p.ej. posibilidades de flexibilidad laboral, nuevas fórmulas de contratación _personal eventual, subcontratación de servicios Especializados.-, expatriación y repatriación de directivos en casos de internacionalización, etc.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

- 1.Evolución histórica de la función de personal.
- 2.La función de administración de recursos humanos en las organizaciones.
- 3.El departamento de recursos humanos en la actual empresa turística.

Lección 2ª LA PLANIFICACIÓN Y PROVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

- 1.La planificación de recursos humanos en la empresa turística
- 2.Análisis y diseño de puestos de trabajo
- 3.Reclutamiento de personal.
- 4.El proceso de selección.

Lección 3ª INCORPORACIÓN Y GESTIÓN DE CARRERA PROFESIONAL:

- 1.La incorporación a la empresa. Problemas que pueden plantearse durante la incorporación.
- 2.Integración y socialización del empleado.
- 3.Concepto e importancia de la carrera profesional
- 4.Planificación y desarrollo de la carrera profesional.

Lección 4ª LA FORMACIÓN:

- 1.Concepto e importancia de la formación.
- 2.Formación reglada y formación continua en la empresa.
- 3.Marco jurídico de la formación en la empresa.
- 4.Métodos de formación.
- 5.La formación en el sector turístico.

Lección 5ª LA EVALUACIÓN DEL PERSONAL:

- 1.La evaluación del personal: concepto y objetivos.
- 2.Responsabilidad de la evaluación del personal.
- 3.Métodos de evaluación del personal.
- 4.Errores a evitar en la evaluación del personal.

Lección 6ª VALORACIÓN DE TAREAS:

- 1.Definición y objetivos de la valoración de puestos de trabajo.
- 2.Programa de valoración de puestos de trabajo.
- 3.Método de jerarquización.
- 4.Método de clasificación.
- 5.Método de comparación de factores.
- 6.Método de valoración por puntos.

Lección 7ª ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS:

- 1.El salario: definición y contenido.



2. Tipos de incentivos.
 3. Factores a considerar en la determinación de salarios.
 4. Marco legal regulador de los niveles retributivos.
- Lección 8ª EL CONTROL Y LAS ESTADÍSTICAS DE PERSONAL:
1. El control de la gestión de los recursos humanos.
 2. Control de las remuneraciones.
 3. Control de presencia y desplazamientos.
 4. Control de la formación.
- Lección 9ª GESTIÓN ACTUAL DE LOS RECURSOS HUMANOS:
1. Gestión estratégica de los recursos humanos.
 2. Gestión flexible de los recursos humanos.
 3. Gestión de calidad a través de los recursos humanos.
 4. Gestión internacional de los recursos humanos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ARROYO, L.M.: La carrera administrativa de los funcionarios públicos. , Tirant lo Blanch 0
- BARRANCO, J.B.: Planificación estratégica de los recursos humanos. Del Marketing interno a la planificación. , Pirámide 1993
- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA: 0
- BYARS, LL. y RUE, L.: Administración de recursos humanos. Irwin, 4ª edic., , 1996
- CHIAVENATO, I. : Administración de recursos humanos. , 5ª edic., Santafé de Bogotá, Edit. McGraw-Hill 1999
- CLAVER, E., GASCÓ, J.L. Y TAVERNER, J.: Los recursos humanos en la empresa: un enfoque 0
- DESSLER, G. : Administración de personal. , 4ª edic. México, Edit. Prentice Hall 1991
- FERNÁNDEZ RÍOS, M.: Análisis y descripción de puestos de trabajo. Díaz de Santos, , 1995
- GASPAR GONZÁLEZ A.I. Y MARTÍN ROJO I Administración de recursos humanos en las empresas turísticas. Pirámide 2009
- LAPIERRE, C. : Valoración de puestos de trabajo. Edit. Deusto, Bilbao, 3ª edic. 1966
- LLOYD, L. y LESLIE, W.: Gestión de recursos humanos. IRWIN, , 1995
- LOUART, P.: Gestión de los recursos humanos. Eyrolles, París, 1994
- MARTÍN ROJO, I: _Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. . 3ª EDICIÓN, 2004
- MARTIN ROJO,I; GASPAR , A.I.: Administracion de recursos humanos en las empresas turisticas.Piramide.2009.
- MILKOVICH, G. y BOUDREAU, J.: Dirección y administración de recursos humanos. , Wilmington, Delaware, U.S.A., Addison-Wesley 1994
- MONDY, R. W. y NOE, R. M.: Administración de recursos humanos. , México, Prentice-Hall 1997
- PUCHOL, L.: Dirección y gestión de recursos humanos. Díaz de Santos, , 1997
- RECIO FIGUEIRAS, E.M.: La planificación de los recursos humanos en la empresa. , Hispano Europea 1980
- VALLE CABRERA, R: La gestión estratégica de los recursos humanos. , Wilmington, Delaware E.U.A., Addison-Wesley 1995
- WERTHER, W. y DAVIS, K.: Administración de personal y recursos humanos. , México, Edit. Mc.Graw-Hill 1995
- , 1994

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALCAIDE, M; GONZÁLEZ, M. y FLOREZ, I: Mercado de trabajo, reclutamiento y formación en España. , Pirámide 1996
- directivo. Edit. Civitas, , 1995
- DOLAN, S.; SCHULER, R. S. y VALLE, R.: La gestión de los recursos humanos. , McGraw-Hill 1999
- Fé de Bogotá. 1994
- GÓMEZ-MEJÍA, L.R; BALKIN, D.B Y CARDY, R.L: Gestión de recursos humanos. , Prentice-Hall 1997
- McCONNELL, C.R Y BRUE, S.L: Economía laboral. . , McGraw-Hill 1997
- ORDOÑEZ ORDONEZ, M.: La nueva gestión de los recursos humanos. , Edit. Gestión 2000 y Aedipe 1995
- PEÑA BAZTÁN, M.: Dirección de personal. Organización y técnicas. , 6ª edic. , Edit. Hispano Europea 1993
- VARGAS MUÑOZ, N. R. : Administración moderna de sueldos y salarios. , Santa Edit. McGraw-Hill 0



METODOLOGÍAS

No se impartirá docencia

EVALUACIONES

A lo largo del curso se celebrará un único examen, en la fecha establecida, la cual no podrá ser alterada, salvo por indicación expresa de la Dirección de la Escuela. Para la superación de la asignatura el alumno deberá obtener un mínimo de un 5 sobre 10 en el examen final.



Asignatura:	806 (4591) Legislación laboral en el sector turístico		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(140A) DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL		

OBJETIVOS GENERALES:

Un conocimiento general del Derecho del Trabajo pero enfocado, siempre y en todo momento, al sector turístico, en el que el alumnado va a desarrollar sus competencias y cualificaciones profesionales. De ahí, por ejemplo, que el análisis de la legislación estatal se acompañe con un estudio pormenorizado y en profundidad de la normativa sectorial. Con este objetivo, se pretende que el alumno, al insertarse en el mercado de trabajo, tenga un conocimiento lo más cercano y correcto posible del medio ambiente laboral, en el que se va a mover. O sea, el conocimiento de sus derechos y obligaciones en el sector turístico.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO:	Nombre Bloque Temático
Lección 1ª	ORIGEN, FUNDAMENTO Y CARACTERES DEL DERECHO DEL TRABAJO
Lección 2ª	LAS FUENTES DEL DERECHO DEL TRABAJO
Lección 3ª	LA LIBERTAD SINDICAL
Lección 4ª	LOS SUJETOS COLECTIVOS EN EL DERECHO DEL TRABAJO:
1.	Sindicatos y Patronales (más representativos)
2.	Representación de los trabajadores en la empresa.
1.	Representación Unitaria.
2.	Representación Sindical.
Lección 5ª	LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA
1.	Diversos tipos de acuerdos. Acuerdos Marco y Acuerdos de Empresa.
2.	Concurrencia de convenios colectivos.
3.	Convenio Colectivo Estatutario
3.1.	Sujetos legitimados.
3.2.	Procedimiento negociador.
3.3.	Contenido de los convenios colectivos.
Lección 6ª	CONFLICTO, MEDIDAS DE CONFLICTO Y MEDIDAS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS
	Concepto y tipos de conflictos.
	Medidas de conflicto:
2.1.	Huelga: definición, caracteres, regulación y titularidad
2.2.	Huelgas abusivas y huelgas ilegales.
2.3.	Procedimiento para el ejercicio del derecho de huelga.
2.4.	Servicios esenciales y servicios mínimos.
2.5.	Efectos de la huelga.
3.	El cierre patronal: régimen jurídico.
	Medidas de solución de conflictos.
Lección 7ª	POLÍTICA DE EMPLEO Y POLÍTICA DE COLOCACIÓN
1.	Las empresas de Trabajo Temporal: su incidencia en el sector turístico.
2.	La caracterización del empleo en la hostelería.
Lección 8ª	EL CONTRATO DE TRABAJO
1.	Sujetos, objeto y forma.
2.	Tipología:
2.1.	Contrato indefinido (y contrato para el fomento de la contratación indefinida)
2.2.	Contratos temporales.
2.3.	Contratos formativos.
2.4.	Trabajo a tiempo parcial.
Lección 9ª	DERECHOS Y DEBERES EN LA RELACIÓN LABORAL
1.	Poder de dirección y poder disciplinario.
2.	Derechos y deberes del trabajador.
Lección 10ª	LA RETRIBUCIÓN DE LA PRESTACIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO
Lección 11ª	TIEMPO DE TRABAJO (JORNADAS, HORARIOS, DESCANSOS, PERMISOS, VACACIONES, EXCEDENCIAS Y SUSPENSIONES DEL CONTRATO DE TRABAJO).



Lección 12ª CLASIFICACIÓN PROFESIONAL, MOVILIDAD FUNCIONAL, MOVILIDAD GEOGRÁFICA,
MODIFICACIONES SUSTANCIALES DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO
Lección 13ª EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

1. Causas de extinción del contrato de trabajo
2. Despido (Disciplinario, objetivo y colectivo).

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

Arroyo González, Charro Baena y Herrail Martín Doce Lecciones de Derecho del Trabajo (con especial refernecia al sector turístico)
Universidad Europea-CEES 0 Última edición
Cruz Villalón y Maeztu Gregorio de Tejada Estatuto de los Trabajadores Ed. Tecnos Última edición
Garcia Ortega, Ramírez Martínez y Sala Franco Curso de Derecho del Trabajo Tirant lo Blanch 0 Última edición
Jiménez Moreno Apuntes de Introducción al turismo Fundación Cultural Santa Teresa Última edición
Rodríguez Piñero, Fernández López y otros Legislación laboral y de Seguridad Social Ed. Tecnos 0 Última edición

EVALUACIONES

La evaluación consistirá en una prueba escrita, que constará de 9 preguntas teóricas ¿unas de concepto y otras de razonamiento- y una práctica ¿consistente en la argumentación jurídica de un determinado supuesto de hecho-; con una valoración, de un punto por cada pregunta y uno por la práctica. No habrá complementos de calificación al no poderse desarrollar un sistema de clases presenciales.



Asignatura:	808 (4601) Inglés II		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(345A) FILOLOGÍA INGLESA		

OBJETIVOS GENERALES:

Este curso estará particularmente centrado en un estudio más específico y profundo del uso de la lengua inglesa en el mundo turístico, así como en el inglés comercial desde un enfoque eminentemente práctico, activo y dinámico que fomente la participación de los alumnos y el co-aprendizaje. El nivel de inglés de la asignatura será "avanzado" (higher C1, según el Marco Común de Referencia Europeo).

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1. Módulo morfosintáctico y léxico
 - 1.1 Diagnósis test.
 - 1.2 Revisión y ejercitación de los conocimientos adquiridos y aprendidos en Inglés I:
 - Nouns and determiners
 - Verbs: General review of tenses and verb forms.
 - The passive voice
 - Modal verbs
 - The Subjunctive
 - Non-finites
 - Phrasal Verbs
 - Reported Speech
 - Clauses and Sentences
 - Word-formation
 - 1.3 Régimen preposicional
 - 1.4 Léxico específico de turismo
2. Módulo Lingüístico-temático
 - 2.1 Tendencias en el turismo
 - 2.2 Tipos de vacaciones
 - 2.3 Tour-operadores, agencias de viajes y promoción de destinos
 - 2.4 Relaciones con los clientes
3. Módulo cultural.
 - 3.1 Presentación de elementos de naturaleza sociocultural de interés para profesionales del turismo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Alcaraz, E. et alia Diccionario de Término de Turismo y de Ocio. Inglés-Español, Spanish-English Ariel 2000
- Alcaraz, E. et alia Diccionario de Términos Económicos y Financieros Marfil
- Gallego, J.; Mioduszewska, M. et alia Checkpoint: English in Tourism Centro de Estudios Ramón Areces
- Greenbaum, S.; Quirk, R. A Student's Grammar of the English Language Longman 1990
- Harding, K. Going International Oxford University Press
- Harding, K.; Henderson, P. High Season Oxford University Press
- Jacob, M; Strutt, P. English for International Tourism Longman 1997
- Mascull, B. Business Vocabulary in Use Cambridge University Press 2002
- McBurney, N. Tourism Prentice Hall
- Pohl, A. Business English: Hotel and Catering Penguin
- Reily, V. Dictionary of Tourism Authentically English 1994
- Revell, R.; Stott, C. Five Star English Oxford University Press
- Riley, D. Check your Vocabulary for Hotels, Tourism and Catering Management Peter Collins Publishing Ltd. 1995



Sánchez Benedito, F. Gramática Inglesa Pearson-Longman 2004 8ª edición
Sánchez Benedito, F.; Lavín, E. Diccionario de Verbos Frasales Ingleses Comares 2000 2ª edición
Vince, M. Advanced English Practice Heinemann
Collins Cobuild Dictionary and Grammar Collins Cobuild
Collins Cobuild English Dictionary
Dictionary of Hotel, Tourism and Catering Management Peter Collins
Longman Advanced Dictionary. Español-Inglés, Inglés-Español Pearson-Longman 2003
New Headway Pronunciation Course Oxford University Press

0

Pearson 2003

1994

1996

0

2001

1995

Ariel 0

2000

2000

METODOLOGÍAS

Asignatura sin docencia. Solo con derecho a examen.

EVALUACIONES

Asignatura sin docencia. Solo con derecho a examen. Examen de los contenidos del programa.



Asignatura:	811 (4606) Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(485A) HISTORIA MEDIEVAL		

OBJETIVOS GENERALES:

Ofrecer una visión general de la historia de Andalucía desde el siglo V al XV con especial referencia a los principales monumentos que existen en las provincias que componen nuestra Comunidad Autónoma.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LA EDAD MEDIA ANDALUZA. Visión general de la historia andaluza desde el siglo IV hasta el siglo XV, prestando especial interés a las etapas cronológicas de cada periodo.

Lección 2ª RESTOS ARQUITECTÓNICOS PALEOCRISTIANOS Y DE ÉPOCA VISIGODA. Proceso de cristianización en Andalucía, restos de época visigoda y especial atención a la basílica paleocristiana de la Vega del Mar (San Pedro Alcantara, Marbella).

Lección 3ª LAS EDIFICACIONES DEL ESTADO EMIRAL: MEZQUITAS Y PALACIOS: LA MEZQUITA DE CÓRDOBA. Historia de Al-Andalus desde la invasión hasta el siglo X, viendo distintas manifestaciones de la arquitectura islámica. Explicación detallada de la Mezquita de Córdoba (se realiza una visita).

Lección 4ª CONSTRUCCIONES AL MARGEN DEL ESTADO: IGLESIAS MOZÁRABES Y FORTALEZAS: BOBASTRO. Este tema está dedicado a las construcciones realizadas al margen del estado Omeya y atiende a la comunidad mozárabe, donde se estudian las iglesias rupestres cuyo mejor exponente es Bobastro (Mesas de Villaverde, Ardales, Málaga).

Lección 5ª LA UNIFICACIÓN DEL CALIFATO: EDIFICIOS CIVILES Y RELIGIOSOS. MADINAT AL-ZAHRA_. Exposición de características políticas, económicas y religiosas que favorecieron el desarrollo de la etapa más esplendorosa del islám hispano. Especial referencia a la ciudad palatina de Madinat al-Zahra (visita incluida).

Lección 6ª LOS REINOS DE TAIFAS: CIUDADES DE NUEVA FUNDACIÓN (GRANADA). ALCAZABAS Y RESTOS PALACIEGOS. Causas políticas que provocaron la desintegración del califato Omeya de Córdoba. Composición del mapa administrativo en el siglo XI. Distribución espacial de la Alcazaba de Málaga (Visita a Gibralfaro y Alcazaba).

Lección 7ª EL S. XII : FORTIFICACIONES ALMORÁVIDES DE CÓRDOBA Y NIEBLA. SEVILLA, CAPITAL ALMOHADE. Desarrollo histórico de las dos invasiones norteafricanas, identificando las técnicas constructivas de los monumentos edificados desde finales del siglo XI a principios del siglo XIII.

Lección 8ª GRANADA CAPITAL NAZARÍ: LA CIUDADELA DE LA ALHAMBRA; LA CIUDAD. Formación del último sultanato musulmán, desarrollo urbanístico de Granada y la Alhambra desde su fundación hasta la conquista cristiana.

Lección 9ª EL REINO NAZARÍ: PALACIOS, MEZQUITAS Y FORTALEZAS.

Organización territorial del Reino Nazarí. Análisis del aparato defensivo-militar musulmán y transformaciones estructurales tras la conquista castellana.

Lección 10ª LA CASTELLANIZACIÓN DE ANDALUCÍA: TRANSFORMACIONES URBANAS; EL CASTILLO FEUDAL. Proceso de conquista del sur peninsular por parte de la Corona de Castilla. La fortificación andalusí, diferencias entre los castillos musulmanes y cristianos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- BERMÚDEZ LÓPEZ, J., Guía de la Alhambra y el Generalife, , 1987
- BORRÁS GUALIS, G.M., El islam. De Córdoba al mudéjar, , 1990
- LÓPEZ CUERVO, S., Medina az-Zahra. Ingeniería y formas, , 1985
- ORIHUELA UZAL, A., Casas y palacios nazaríes. Siglos XIII-XV, , 1996
- TORRES BALBÁS, L., Ciudades hispanomusulmanas, , 1971
- LÓPEZ GUZMÁN, R. (coord.), La arquitectura del islam occidental, , 1995
- TORRES BALBÁS, L., _Arte hispanomusulmán. Hasta la caída del califato de Córdoba_, t. V de Historia de España, dir. R. MENÉZDEZ PIDAL, , 1973

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Un examen escrito final. El examen final consta de dos preguntas teóricas.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

Se valorará especialmente la claridad conceptual, así como la precisión terminológica y cronológica.



Asignatura:	812 (4588) Geografía turística de Andalucía		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA		

OBJETIVOS GENERALES:

Objetivos generales: Conocer la diversidad geográfica de Andalucía, sus potencialidades para el desarrollo turístico de la región y la implantación de dicha actividad en el territorio andaluz

Objetivos particulares:

- _Conocer los recursos del territorio
- _Conocer el papel que el turismo, como actividad territorial, juega en la economía y en la articulación del territorio.
- _Conocer los segmentos turísticos y su implantación en el territorio

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LOS RECURSOS GEOFÍSICOS Y GEOCULTURALES DE ANDALUCÍA.

1. La personalidad geográfica de Andalucía.
2. Los elementos naturales como recursos turísticos.
 - 2.a. El relieve.
 - 2.b. El clima.
 - 2.c. La vegetación.
 - 2.d. Las playas.
3. Los elementos de la cultura y el patrimonio

Lección 2ª ASPECTOS SECTORIALES DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.

1. Andalucía en el contexto turístico nacional.
2. El sector servicios y el turismo en Andalucía.
3. El peso del turismo en la economía andaluza.
4. El empleo en el sector turístico en Andalucía.
5. La oferta turística de Andalucía.
6. La demanda turística en Andalucía.

Lección 3ª LA DIVERSIDAD DE TIPOS Y ESPACIOS TURISTICOS. EL TURISMO EN EL LITORAL DE ANDALUCÍA.

1. El turismo litoral. Características generales.
2. El turismo en el litoral onubense.
3. El litoral atlántico de Cádiz.
4. La costa malagueña.
5. El litoral granadino.
6. El litoral almeriense.

Lección 4ª EL TURISMO URBANO.

- 4.1. Introducción: los segmentos del turismo urbano.
- 4.2. Las tendencias del turismo urbano.
- 4.3. La evolución y distribución espacial de la oferta de alojamientos.
- 4.4. El turismo cultural.
 - 4.4.a. La oferta monumental y cultural de Andalucía.
 - 4.4.b. la demanda.
- 4.5. El turismo de negocios y reuniones.

Lección 5ª EL TURISMO RURAL. EL TURISMO EN LA ALTA MONTAÑA: EL ESQUÍ.

- 5.1. El turismo como factor de desarrollo del espacio rural.
- 5.2. Los programas LEADER y PRODER.
- 5.3. Los recursos y las actividades de ocio en el espacio rural.
- 5.4. La oferta: evolución, característica y distribución espacial.
- 5.5. La demanda.
- 5.6. La distribución geográfica del turismo rural en Andalucía.
- 5.7. El turismo en la alta montaña. El esquí.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ANALISTAS ECONÓMICOS: Informe anual del turismo en Andalucía, año 2005. Consej. de Turismo, Comercio y Deporte (Junta de Andalucía) y Fundación Unicaja. 2006
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: El turismo en los parques naturales de Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1996
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: Estudio sobre el turismo cinegético en Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1994
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: Informe sobre el turismo ecuestre en Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1996
- DIPUTACIÓN PROV. DE MÁLAGA: El turismo de interior en Málaga. Diputación provincial de Málaga. 2001
- DIPUTACIÓN PROV. DE SEVILLA: El Turismo en la provincia de Sevilla. Diputación provincial de Sevilla. 1999
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): PLAN SENDA: Desarrollo de un sistema turístico sostenible y compatible integrado en el espacio rural andaluz. Direc. General de Planificación Turística. Consejería de Turismo y Deporte. 2000
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo residencial en Andalucía. Consej. de Turismo Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2001
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo de reuniones en Andalucía: congresos, convenciones e incentivos. . Dirección General de Planificación Turística. Consej. de Turismo Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2000
- EDITORIAL PLANETA: Aerogüía del litoral de Andalucía. 2 vol. Editorial Planeta. 1998
- ESCORZA DOBLAS, F.: El turismo de golf en la Costa del Sol. Análisis Geográfico. Diputación provincial de Málaga. Col. Biblioteca popular malagueña. 2001
- FORONDA ROBLES, C.: Oportunidades y desafíos de las actividades emergentes. El turismo en la provincia de Sevilla . Diputación de Sevilla. Patronato provincial de Turismo. 1999
- FUENTES GARCÍA, R. y GARCÍA MESA, J.M.: Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga. Centro de Ediciones de la Diputación provincial de Málaga. 1996
- FUNDACIÓN UNICAJA: Deporte y economía: una cuantificación de la demanda deportiva en Andalucía. Fundación Unicaja. 2002
- GABILONDO GARCÍA DEL BARCO, E.: "Turismo y medio ambiente en la provincia de Málaga: evolución y perspectivas", en El sector turístico en la provincia de Málaga. 1996
- GALACHO JIMÉNEZ, F. B.: Urbanismo y turismo en la Costa del Sol. Departamento de Geografía. Universidad de Málaga. 1996
- LÓPEZ ONTIVEROS, A.: Caza y explotación cinegética en Córdoba y Jaén. IARA 1990
- LÓPEZ ONTIVEROS, A.: "Recursos cinegéticos y desarrollo", en Desarrollo local y medio ambiente en zonas desfavorecidas. Ministerio de Obras Publicas y Transportes. 1992
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. (Coord.): Geografía de Andalucía. Ariel. 2003
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. y GARCÍA BERDUGO, F.: "Actividad cinegética y turismo en España", en Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. A.G.E. 1986
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. y VALLE BUENESTADO, B.: "Implicaciones agrarias del turismo cinegético español", IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. 1987
- MARCHENA GÓMEZ, M.: "Desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico", en Parques naturales andaluces: conservación y cultura. Junta de Andalucía. 1996
- MARCHENA GÓMEZ, M.: Turismo y territorio en Andalucía. Junta de Andalucía. 1987
- MARCHENA GÓMEZ, M. (coord): Ocio y turismo en los parques naturales andaluces. Junta de Andalucía. 1992
- MARÍN COST, P. : "El desarrollo urbano en los municipios turísticos de la Costa del Sol", en El sector turístico en la provincia de Málaga , pp. 33-51. Excm. Diputación Prov. y Colegio de Economistas de Málaga. 1995
- MARISCAL GALEANO, Adela: Mercado de trabajo y turismo en Andalucía. Consej. de Turismo Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2005
- MULERO MENDIGORRI, A. : Espacios rurales de ocio. Significado general y análisis en la Sierra Morena Cordobesa. MAPA. 1995
- SAETA Balances turísticos provinciales. Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2007 Se Puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: Balance del año turístico (año 2006). Consej. de Turismo, Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2007 Descargar desde La web de la Consejería
- SAETA: "Boletín de Indicadores turísticos de Andalucía". Publicación trimestral. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía. Se puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: "El turismo cultural en Andalucía". Congreso internacional para el desarrollo turístico integral de ciudades monumentales. 2002
- SAETA: "Informe mensual de coyuntura turística". Publicación mensual. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía. Se puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: La demanda de turismo cultural en Andalucía . (2003). Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2004 Se puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: La demanda de turismo rural en Andalucía . (2003). Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2004 Se puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: Turismo y empleo en Andalucía. Una interpretación del cambio en la productividad del sector de la hostelería. Rev. "Estudios Turísticos", nº 133. Inst. Est. Turísticos. 1997



VELÁZQUEZ CLAVIJO, F. : Explorar Andalucía: el espacio físico. Explorar Andalucía: el espacio físico. Ed. Grazalema. 1992

WEBS DE INTERÉS

www.almeria-turismo.org/. Web oficial del Patronato de turismo de Almería

www.andalucia.org/. Web oficial de la Empresa Pública de Turismo de Andalucía, Turismo Andaluz, S.A.

www.andaluciaturistica.com/. Periódico digital de Información turística.

www.cadiz.to. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Cádiz. .

www.ctd.juntadeandalucia.es/turismo. Web oficial de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía

www.ctd.juntadeandalucia.es/turismo/saeta/. Web del Sistema de Análisis y Estadísticas del Turismo de Andalucía (SAETA).

www.huelvatour.com/. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Huelva .

www.iea.juntadeandalucia.es/. Web del Instituto de Estadística de Andalucía. En esta web se puede consultar el Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía.

www.promojaen.es/. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Jaén.

www.turismocordoba.es/. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Córdoba .

www.turismodegranada.org/. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Granada .

www.turismosevilla.org/. Web oficial del Patronato de Turismo de la provincia de Sevilla

www.vistacostadelsol.com/. Web oficial del Patronato de turismo de la Provincia de Málaga.



La evaluación del alumno constará de un examen final escrito en la fecha programada por el centro. Dicho examen se compone de dos pruebas:

- a) Una primera prueba de carácter objetivo, con preguntas cortas y de tipo test. Esta prueba será eliminatoria, debiendo obtenerse una puntuación mínima de 2,5.
- b) Una segunda prueba consistente en desarrollar dos preguntas, a elegir de entre tres propuestas. Cada Pregunta se valorará entre 0 y 2,5 puntos.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

Se valorará el nivel los conocimientos, la exposición ordenada de los conceptos, la capacidad de síntesis en la exposición de las ideas, la capacidad para relacionar idea y conceptos, así como la correcta exposición escrita.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:



Asignatura:	813 (4592) Técnicas de animación turística		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL		

OBJETIVOS GENERALES:

- Conocer los fundamentos de la animación turística, las causas de su origen y su evolución histórica.
- Familiarizar a los alumnos con los conceptos y elementos básicos de la animación turística.
- Analizar el perfil del animador turístico y sus funciones principales.
- Conocer los tipos y actividades más comunes utilizadas en la animación turística y enseñar las habilidades necesarias para su desarrollo.
- Proporcionar las pautas e instrumentos para la elaboración de proyectos de animación turística
- Que desarrolle las competencias relacionadas con la práctica profesional del animador turístico mediante el desarrollo y puesta en práctica de dinámicas y actividades de grupos características del proceso de animación turística.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

- Tema 1.- Fundamentos de la animación turística
- Tema 2.- Perfil y funciones del animador turístico
- Tema 3.- Factores y determinantes claves en el proceso de animación turística
- Tema 4.- Las actividades de animación turística: Programas y proyectos

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Chaves, A. y Mesalles, L. El animador. Cómo organizar las actividades de los clientes en un hotel divertido. : Laertes. 2001
- Choque, S., Choque, J. Actividades de animación para la tercera edad. Editorial Paidotribo. 2004
- Esteban, C. Rodríguez, V. Y Garralón, J. El animador: comunicador y festivo. CCS. 1995
- Gervilla, E. El animador/1: perfil y opciones. Editorial C.C.S. . 1991
- Labollita, M., y Farré, M. Animación en el ámbito turístico. 2005
- Puertas, X. Animación en el ámbito turístico. Editorial Síntesis 2004
- Puertas, X. y Font, S. Juegos y actividades deportivas para la animación turística. Síntesis 2002
- Quintana, J. M. Los ámbitos profesionales de la animación. Narcea. 1993
- Vopel, K. W. Juegos de interacción: manual para el animador. Teoría y praxis de los juegos de interacción. . CCS. 1997

METODOLOGÍAS

Teoría. Temas colgados en la plataforma virtual de la asignatura.

Trabajo individual.

Realización de un programa de animación turística basado en las indicaciones del tema 4 [punto 3 ¿Programas de AT¿] de la asignatura (obligatorio).

Asimismo, en la plataforma virtual, figuran ¿ejemplos de programas de AT¿ como modelos.

Realización de un proyecto de animación turística, siguiendo las indicaciones del tema 4 [punto 4 ¿Proyectos de AT¿] de la asignatura (opcional).

EVALUACIONES

PARTE TEORICA (60% de la nota final).

Un examen final escrito con preguntas tipo test de respuesta múltiple (tres opciones de respuesta). Las preguntas tipo test 30 ítems con 3 alternativas de respuesta.



Prueba objetiva = $(A-E/2)/(N/10)$.

A (aciertos); E (errores).

PARTE PRACTICA (40% de la nota final)

Dos trabajos individuales:

1. Obligatorio: Entrega de un programa de animación turística en formato ppt. (30% de la nota final) [Siguiendo las indicaciones del tema 4, punto

3 ¿Programas de AT¿]. Enviar por correo electrónico a: mapelaez@uma.es.

Fecha tope de entrega: 7 días después de la fecha del examen.

2. Voluntario: Entrega de un proyecto de animación turística en formato Word (basado en el mismo programa de animación).

(10% de la nota final) [Siguiendo las indicaciones del tema 4, punto 3 ¿Programas de AT¿]. Enviar por correo electrónico a: mapelaez@uma.es.

Fecha tope de entrega: 7 días después de la fecha del examen.

Los trabajos se evaluarán de acuerdo a los siguientes criterios:

-Organización y calidad de los contenidos

-Adecuación a la situación (instalaciones, usuarios, etc.).

-Justificación de los métodos y técnicas utilizados.

-Corrección en la interpretación de resultados cuando se trate de la aplicación de alguna prueba de evaluación.

BAREMO DE CALIFICACIONES

Suspenso: puntuación de 0 a 4.9

Aprobado: puntuación de 5 a 6.9

Notable: puntuación de 7 a 8.9

Sobresaliente: puntuación de 9 a 10 puntos

TASAS DE ÉXITO ACADÉMICO DE LOS TRES ÚLTIMOS CURSOS



CURSO ACADÉMICO: 2007/08:

- Convocatoria: 1ª
- o No aprobados: 27
- o No Presentados: 28
- o Tasa de éxito: 96,43%

- Convocatoria: 2ª
- o No aprobados: 1
- o No Presentados: 2
- o Tasa de éxito: 50%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores
- No se presentan alumnos

CURSO ACADÉMICO: 2008/09:

- Convocatoria: 1ª
- o No aprobados: 61
- o No Presentados: 72
- o Tasa de éxito: 84,72%

- Convocatoria: 2ª
- o No aprobados: 6
- o No Presentados: 12
- o Tasa de éxito: 50%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores
- No se presentan alumnos

CURSO ACADÉMICO: 2009/10:

- Convocatoria: 1ª
- o No aprobados: 47
- o No Presentados: 71
- o Tasa de éxito: 66,2%

- Convocatoria: 2ª
- o No aprobados: 17
- o No Presentados: 24



o Tasa de éxito: 70,83%

- Convocatoria: Extraordinaria Repetidores

o No aprobados: 1

o No Presentados: 1

o Tasa de éxito: 100%

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

La participación del alumnado en proyectos o trabajos de investigación en curso, vinculados temáticamente a la asignatura y dirigidos desde el área de conocimiento de Psicología Social.



Asignatura:	814 (4594) Técnica de la operativa financiera aplicada al turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(623A) METODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMIA Y LA EMPRESA		50%
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (MATEMÁTICAS)		50%

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo perseguido con este curso es el de ofrecer, ante todo, una visión global de las gestiones financieras más habituales en las empresas turísticas.

Para ello se introduce, de forma sencilla y actualizada, todas las técnicas operativas de financiación necesarias para el planteamiento y resolución de las problemáticas más frecuentes con las que se encuentran las gestiones turísticas, proporcionando, asimismo, criterios de valoración adecuados para la toma de decisiones financieras.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Técnicas operativas de financiación a corto plazo en una empresa turística.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: 7 bloques.

Lección 1ª FUENTES DE FINANCIACIÓN

1. Introducción.
2. Concepto de actividad financiera.
3. Necesidades financieras y fuentes de financiación.

Lección 2ª. INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS FINANCIEROS CLÁSICOS

1. Capital financiero y Operaciones financieras.
2. Comportamiento racional en las comparaciones de capitales financieros.
3. Leyes clásicas de capitalización.
 - 3.1 La capitalización simple.
 - 3.2 La capitalización compuesta. Tantos equivalentes. Tanto nominal y su relación con la T.A.E. (según la normativa del Banco de España).
4. Leyes clásicas de descuento.
 - 4.1 Descuento simple comercial.
 - 4.2 Descuento simple racional.
 - 4.3 Descuento compuesto.

Lección 3ª. RECURSOS FINANCIEROS A CORTO PLAZO I

1. Crédito de proveedores.
2. Descuentos bancarios.
3. Descuentos de papel comercial
 1. Liquidación de facturas de efectos comerciales.
 4. Descuentos financieros.

Lección 4ª. RECURSOS FINANCIEROS A CORTO PLAZO II

1. Efectos impagados.
2. Obtención de los costes efectivos para los clientes.
3. Cálculo del TAE y rentabilidad efectiva.

Lección 5ª. CUENTAS CORRIENTES

1. Concepto y clasificación.
2. Cuentas corrientes interés no recíproco.
3. Cuentas corrientes bancarias a la vista.
4. Pólizas de crédito.

Lección 6ª. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE RENTAS

1. Concepto y clasificación de las rentas.



2. Rentas constantes valoradas con leyes de capitalización y descuento simple.
3. Operaciones de compra-venta a plazos.
4. Rentas constantes valoradas en capitalización compuesta.

Lección 7ª. RECURSOS FINANCIEROS A LARGO PLAZO

1. Los préstamos y las operaciones de amortización.
2. Métodos de amortización.
3. La cancelación anticipada de los préstamos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Antich, J.; Moya, M. Gestión Financiera. Ed. para técnicos en empresas turísticas. Editorial Síntesis.
- De Pablo, A. Valoración financiera. Ramón Areces 2002
- Figuerola, M. Economía para la gestión de empresas turísticas. Ramón Areces

EVALUACIONES

Se realizará un único examen en la fecha y hora programadas por el Centro.



Asignatura:	816 (4596) Régimen fiscal del turismo		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	1º Cuatr.
Área:	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (HACIENDA PÚBLICA)		

OBJETIVOS GENERALES:

No hay asistencia a cla.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

TEMA 1. Principios generales del Sistema Tributario Español.

- 1.1. Concepto de tributo.
- 1.2. Clases de tributos.
- 1.3. Elementos definidores de un tributo.

TEMA 2. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Categorías de rentas. Exenciones. Tributación familiar.
- 2.3. Esquema de liquidación.
- 2.4. Rendimientos del trabajo personal.
- 2.5. Rendimientos del capital inmobiliario.
- 2.6. Imputación de rentas inmobiliarias.
- 2.7. Rendimientos del capital mobiliario.
- 2.8. Rendimiento de actividades económicas. Especial referencia a PYMES.
- 2.9. Ganancias y pérdidas patrimoniales.
- 2.10. Mínimo familiar y reducciones. Tarifa del impuesto. Deducciones.

TEMA 3. Impuesto sobre el Patrimonio.

- 3.1. Introducción
- 3.2. Esquema básico de liquidación.
- 3.3. Reglas de valoración. Especial referencia al tratamiento de los activos empresariales.
- 3.4. Tipos de gravamen.
- 3.5. Reducción por límite conjunto con IRPF

TEMA 4. Impuesto sobre Sociedades.

- 4.1. Principales características y ámbito de aplicación.
- 4.2. Esquema básico de liquidación.
- 4.3. Amortizaciones. Pérdida de valor de elementos patrimoniales. Provisiones. Gastos no deducibles.
- 4.4. Reglas de valoración.
- 4.5. Imputación temporal y principio de inscripción contable.
- 4.6. Compensación de bases imponibles negativas.
- 4.7. Período impositivo y devengo. Tipo de gravamen.
- 4.8. Deducciones por doble imposición.
- 4.9. Bonificaciones.
- 4.10. Deducción por inversiones.
- 4.11. Reinversión de beneficios extraordinarios.
- 4.12. Pagos fraccionados.
- 4.13. Empresas de reducida dimensión.
- 4.14. Arrendamiento financiero.
- 4.15. Grupos de sociedades.

TEMA 5. Impuesto sobre el Valor Añadido.

- 5.1. Introducción y características básicas.
- 5.2. Hecho imponible.
- 5.3. Esquema básico de liquidación.
- 5.4. Operaciones no sujetas y exenciones.
- 5.5. Lugar de realización del hecho imponible.



- 5.6. Sujeto pasivo. Devengo
 - 5.7. Base imponible. Modificación de la base imponible.
 - 5.8. Tipos impositivos.
 - 5.9. Deducciones.
 - 5.10. Regla de prorrata y sectores diferenciados.
 - 5.11. Tráfico internacional.
 - 5.12. Régimen especial de las agencias de viajes.
- TEMA 6. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- 6.1. Introducción.
 - 6.2. Transmisiones patrimoniales onerosas.
 - 6.3. Operaciones societarias.
 - 6.4. Actos jurídicos documentados.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

Carmina Ordoñez de Haro y Carlos Ruiz Merino.

Diversos autores.

EDITORIAL DEUSTO.

Editorial Francis Lefebvre.

Francisco Poveda Blanco.

M^a del Carmen Moreno Moreno y Raquel Paredes Gómez.

- 1. Fiscalidad individual y empresarial. Ejercicios resueltos.
- 2. Impuestos sobre el Patrimonio y el Valor Añadido. Conceptos básicos y supuestos prácticos.
- 3. Sistema fiscal: esquemas y supuestos prácticos.
- 4. Memento práctico. Fiscal 2006

METODOLOGÍAS

Clases presenciales donde se desarrollan los contenidos de la asignatura y se aportan ejemplos de aplicación práctica.

Exposición reforzada con la proyección de transparencias a través de cañón de proyección.

Exposición introductoria del software proporcionado por la Agencia Española de Administración Tributaria a través de los principales programas informáticos de ayuda para la declaración de los tributos.

Apertura de la asignatura en el Campus Virtual de la UMA.

EVALUACIONES

No hay asistencia a cla.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

Los alumnos deberán asistir y participar en las actividades científicas y didácticas organizadas por el departamento (conferencias, seminarios y talleres).



Asignatura:	817 (4597) Tecnologías de información turística		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	1,5	Horas teoría:	15
Créditos prácticos:	3	Horas prácticas:	30
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo fundamental de la asignatura es dar a conocer al alumno las extraordinarias posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones en múltiples ámbitos del sector turístico.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª INTRODUCCIÓN A INTERNET. SERVICIOS OFRECIDOS POR INTERNET

1. ¿Qué es Internet?. Historia y evolución. Organizaciones de Internet.
2. Tipos de acceso a Internet.
3. El modelo cliente/servidor. Servidores. Clientes.
4. Direcciones y nombres de dominio.
5. Acceso remoto. Telnet.
6. Transferencia de ficheros. FTP.
7. Correo electrónico. Listas de correo. Noticias (News).
8. Otros servicios.

Lección 2ª WORLD WIDE WEB Y SUS VENTAJAS EN EL SECTOR TURÍSTICO.

1. Introducción. El lenguaje HTML.
2. Navegadores. Funcionamiento.
3. Búsqueda de información en servidores web. Catálogos y buscadores.
4. Guías y servicios de información al turista en Internet: Alojamiento, medios de transporte, agencias de viajes, publicaciones turísticas, etc.
5. Modalidades de organización de la oferta turística.

Lección 3ª DISEÑO DE SITIOS WEB DE CONTENIDO TURÍSTICO

1. Características de un buen sitio web turístico.
2. Planificación. Determinación de objetivos. Elección de la audiencia de destino.
3. Organización de contenidos. Esquema de navegación.
4. Elementos de un sitio web. Componentes estáticos y dinámicos. Bases de datos.

Lección 4ª CONSTRUCCIÓN DE SITIOS WEB

1. Programas para la creación de páginas web. Editores. Dreamweaver
2. Creación de un sitio web. Sitio local y sitio remoto.
3. Elementos básicos de una página: el cuerpo y la cabecera, el título, el fondo.
4. Texto. Tamaño, fuentes y color. Estilos.
5. Creación de enlaces a sitios, documentos, marcadores y direcciones de correo.
6. Inserción de imágenes en páginas web. Formatos gráficos GIF y JPG.
7. Empleo de elementos para mejorar el diseño: botones, tablas, marcos, capas, etc.
8. Inclusión de elementos multimedia: sonido, video y animaciones.
9. Publicación de las páginas en un servidor.
10. Casos prácticos:
 - a. Creación de una página web personal
 - b. Creación de un sitio web turístico

Lección 5ª PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB EN INTERNET

1. Necesidad de la publicidad y promoción.
2. Promoción basada en buscadores.
 - 2.1. Registro en motores de búsqueda. Manual y asistido. Envío masivo.
 - 2.2. Los grandes buscadores
3. Cómo trabaja un motor de búsqueda.
 - 3.1. Terminología.
 - 3.2. Fases.
 - 3.3. Tiempos de trabajo.



- 3.4. Política de precios.
- 3.5. Procedimiento de registro.
4. Promoción interna.
 - 4.1. Elementos de las páginas. El título.
 - 4.2. Etiquetas Meta.
 - 4.3. Otros elementos descriptivos
 - 4.4. La importancia del diseño.
5. Promoción externa.
6. Otras técnicas de promoción.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- A. GUEVARA, A. AGUAYO, J. L. CARO, I. GÓMEZ Y OTROS Informática aplicada al turismo Pirámide- Anaya multimedia 2003
- C. PÉREZ LÓPEZ. Administración de sitios y páginas web con Macromedia Dreamweave MX RAMA 2002
- CONSEJO EMPRESARIAL DE LA OMT E-business for tourism OMT 2001
- CONSEJO EMPRESARIAL DE LA OMT Evaluación y optimización de sitios web OMT 2005
- CONSEJO EMPRESARIAL DE LA OMT Promoción de destinos turísticos en el Ciberespacio OMT 1999
- E. CASO Y OTROS Informática para profesionales del turismo Anaya Multimedia 2000
- F. MACIÁ Y J. GOSENDE Posicionamiento en buscadores Anaya Multimedia 2006
- F. PASCUAL GONZÁLEZ Macromedia Dreamweaver MX RAMA 2004
- L. GUTMAN La biblia de Dreamweaver MX Anaya 2004
- M. FISCHER Webside boosting. Optimizar los buscadores, usabilidad y marketing web Marcombo 2007

METODOLOGÍAS

Es una asignatura sin docencia.

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Tipo de pruebas

Examen escrito en el que se resolverán cuestiones de carácter teórico y práctico. Para presentarse al examen será obligatorio la entrega de un trabajo propuesto por el profesor de la asignatura. Este trabajo deberá ser entregado, como fecha límite, el día del examen.

El examen constará de dos partes: a) Parte teórica b) Preguntas sobre el trabajo desarrollado.

Número de pruebas.

Un examen al finalizar el cuatrimestre

CRITERIOS DE CORRECCIÓN :

Criterios para su evaluación.

Se valorará la calidad y adecuación a los objetivos del trabajo desarrollado.

Componentes de la calificación final del alumno.

La calificación final se basará en la nota del examen final (40%) y la valoración del trabajo presentado (60%).



Asignatura:	823 (4633) Tecnología de la comunicación audiovisual		
Titulación:	Diplomado en Turismo		
Créditos teóricos:	3	Horas teoría:	30
Créditos prácticos:	1,5	Horas prácticas:	15
		Duración:	2º Cuatr.
Área:	(105A) COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD		

OBJETIVOS GENERALES:

Dotar al alumno de los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para conocer y analizar las diversas aplicaciones de la comunicación a la empresa turística.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1. Tecnologías audiovisuales.
2. Estrategias de comunicación
3. Lenguaje y narrativa audiovisual.
4. Comunicación y Turismo.
5. Aproximación a la publicidad en el sector turístico.
7. Campaña de publicidad en Turismo a través de los medios audiovisuales.
8. Plan Estratégico de Comunicación en las empresas turísticas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- Albeldín Moya, J.J., (2001) Marketing en Internet. Oviedo, Septem Ediciones. 1992
- Alet i Vilagínés, J. (2001): Marketing relacional: cómo obtener clientes leales y rentables, Barcelona, Gestión 2000. 1985
- Barquero Cabrero, J.D. (2002): Comunicación y RR.PP.. De los orígenes al nuevo enfoque de planificación retratégica, Madrid, Mc Graw-Hill 1999
- Brondmo, H.P. (2002): las reglas del marketing directo en Internet, Bilbao, Deusto.
- CORTÉS GONZÁLEZ, A. (2007): Cultura de paz y publicidad institucional. El Estado en el fomento de la cultura de paz a través de la publicidad televisiva. Jaén, Alcalá
- Dorrian, M.; Lucas, G. (2006): Publicidad de guerrilla. Gustavo Gili, Barcelona.
- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. Y MARTÍNEZ ABADÍA, J. : Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. . Paidós. 1999
- Marín Calahorro, F. (2006): Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales: crisis, emergencias y negociación. Madrid, Fragua.
- MARTÍNEZ ABADÍA, J. / SERRA, J. : Introducción a la tecnología audiovisual, . Paidós. 1998
- MIRABITO, Michael M. : Las nuevas tecnologías de la comunicación. . Gedisa. 1998
- MOLINÉ, M. (2000): La fuerza de la publicidad, Madrid, McGraw-Hill. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga 2003
- PÁRAMO, J. A. : Diccionario de cine y televisión. Terminología técnica. . Espasa. 2002
- PARENTEAU, Alain : Marketing práctico del turismo. En hostelería, restauración, turismo comercial e institucional. . , S. A. Editorial Síntesis 1995
- RIES, A. y TROUT, J. (1993): Posicionamiento, Madrid, McGraw-Hill. 2005
- Sindell, K. (2003): CRM a través de Internet, Barcelona, Gestión 2000.
- WILCOX D. L., [et. al.] (2002): Relaciones públicas estrategias y tácticas. Madrid, Addison Wesley, D.L.

METODOLOGÍAS

No hay clases presenciales

EVALUACIONES

Examen de 20 preguntas que requieran respuestas breves, de las cuales el 70% se relacionarán con la dimensión teórica de la asignatura y el 30 % restante con su aplicación práctica.

GRADUADO EN TURISMO

ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
PRIMER CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter¹	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Geografía general y regional del turismo	OB-MB	6	Geografía	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Geografía
Inglés aplicado al turismo I	OB-CC	6	Idioma moderno	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno	Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Introducción a la economía	OB-MB	6	Economía	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Sistemas informáticos aplicados al turismo	OB-CC	6	Informática para la gestión turística	Módulo de créditos comunes: Informática para la gestión turística	Lenguajes y Ciencias de la Computación
Organización y gestión de empresas	OB-MB	6	Empresa	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía y Administración de Empresas
PRIMER CURSO (SEGUNDO SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Alemán aplicado al turismo I / Francés aplicado al turismo I	OB-CC	6	Idioma Moderno	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno	Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Introducción al Derecho	OB-MB	6	Derecho	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Derecho Civil, Derecho Eclesiástico del Estado y Derecho Romano
Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo	OB-MB	6	Economía	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Gestión del patrimonio cultural	OB-CC	6	Patrimonio	Módulo de créditos comunes: Patrimonio	Historia del Arte
Introducción a la estadística	OB-MB	6	Estadística	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía Aplicada (Estadística y Econometría)

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
SEGUNDO CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Indicadores económicos del turismo	OB-UMA	6	Indicadores económicos del turismo	Materias Obligatorias de Universidad: Indicadores económicos del turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Gestión de bases de datos del turismo	OB-UMA	6	Herramientas Informáticas para el Análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Materias Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Lenguajes y Ciencias de la Computación
Inglés aplicado al turismo II	OB-CC	6	Idioma moderno aplicado al sector turístico	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico	Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Administración de recursos humanos en las empresas turísticas	OB-MB	6	Empresa	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía y Administración de Empresas
Análisis de los recursos territoriales turísticos	OB-MB	6	Geografía	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Geografía

¹ OB-MB: Obligatorio Materia Básica. OB-CC: Obligatoria del Módulo de Créditos Comunes en todas las Universidades Andaluzas. OB-UMA: Obligatorias de Universidad. OP: Optativas.

SEGUNDO CURSO (SEGUNDO SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Alemán aplicado al turismo II / Francés aplicado al turismo II	OB-CC	6	Idioma moderno aplicado al sector turístico	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico	Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Derecho mercantil de la empresa turística	OB-MB	6	Derecho	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Derecho Privado Especial
Estructura económica del turismo	OB-CC	6	Economía del turismo	Módulo de créditos comunes: Economía del Turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Fundamentos del marketing	OB-CC	6	Gestión de empresas turísticas	Módulo de créditos comunes: Gestión de empresas turísticas.	Economía y Administración de Empresas
Introducción a la contabilidad	OB-MB	6	Empresa	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Contabilidad y Gestión

¹ OB-MB: Obligatorio Materia Básica. OB-CC: Obligatoria del Módulo de Créditos Comunes en todas las Universidades Andaluzas. OB-UMA: Obligatorias de Universidad. OP: Optativas.

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
TERCER CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Inglés aplicado al turismo III	OB-CC	6	Idioma Moderno Aplicado al Sector	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico	Filología Inglesa, Francesa y Alemana

			Turístico		
Análisis de mercados turísticos	OB-CC	6	Economía del Turismo	Módulo de créditos comunes: Economía del Turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Contabilidad de empresas turísticas	OB-CC	6	Gestión de Empresas Turísticas	Módulo de créditos comunes: Gestión de empresas turísticas	Finanzas y Contabilidad
Psicología social del turismo	OB-UMA	6	Psicología Social del Turismo	Materias Obligatorias de Universidad: Psicología Social del Turismo	Psicología Social, Antropología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales
Marketing turístico	OB-UMA	6	Marketing Turístico	Materias Obligatorias de Universidad: Marketing Turístico	Economía y Administración de Empresas

OB-MB: Obligatorio Materia Básica. OB-CC: Obligatoria del Módulo de Créditos Comunes en todas las Universidades Andaluzas. OB-UMA: Obligatorias de Universidad. OP: Optativas.

TERCER CURSO (SEGUNDO SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Gestión de la producción y de la calidad en turismo	OB-CC	6	Gestión de Empresas Turísticas	Módulo de créditos Comunes: Gestión de Empresas Turísticas	Economía y Administración de Empresas
Derecho administrativo turístico	OB-CC	6	Derecho Aplicado al sector turístico	Módulo de créditos Comunes: Derecho Aplicado al Sector Turístico.	Derecho Público
Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas	OB-UMA	6	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Materias Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Lenguajes y Ciencias de la Computación

Difusión Turística del Patrimonio Cultural	OB-CC	6	Patrimonio	Módulo de créditos Comunes: Patrimonio	Historia del Arte
Planificación territorial y turismo sostenible	OB-CC	6	Planificación territorial y turismo sostenible	Módulo de créditos Comunes: Planificación Territorial y Turismo Sostenible	Geografía

¹ OB-MB: Obligatorio Materia Básica. OB-CC: Obligatoria del Módulo de Créditos Comunes en todas las Universidades Andaluzas. OB-UMA: Obligatorias de Universidad. OP: Optativas.

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
CUARTO CURSO (PRIMER SEMESTRE).					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos	OP	9	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Economía y Administración de Empresas
Marketing para empresas y productos turísticos	OP	9	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Economía y Administración de Empresas
Contabilidad de gestión de empresas turísticas	OP	6	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Contabilidad y Gestión
Legislación laboral en el sector turístico	OP	6	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
Tecnologías Web aplicadas al turismo	OP	9	Formación complementaria a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) aplicadas al turismo	Modulo de Formación Complementaria	Lenguajes y Ciencias de la Computación
Gestión del territorio en destinos turísticos	OP	9	Formación Complementaria al Análisis Territorial del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Geografía
Inglés aplicado a la gestión de	OP	6	Formación Complementaria al	Modulo de Formación	Filología Inglesa, Francesa

organizaciones y actividades turísticas			Perfeccionamiento de la Lengua Inglesa	Complementaria	y Alemana
Historia económica y social del turismo	OP	6	Formación Complementaria al Análisis Económico y Social del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Teoría e Historia Económica
Sociología del turismo	OP	6	Formación Complementaria al Análisis Económico y Social del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Derecho del estado y Sociología
Tecnología de los alimentos y gastronomía	OP	6	Formación Complementaria al Análisis Económico y Social del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Medicina Preventiva, Salud Pública e Historia de la Ciencia
Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos	OP	6	Formación Complementaria al Análisis Económico y Social del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Economía Aplicada (Estructura Económica)

CUARTO CURSO (SEGUNDO SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Geografía turística de Andalucía	OB-UMA	6	Geografía Turística de Andalucía	Materias Obligatorias de Universidad : Geografía Turística de Andalucía	Geografía
Creación de empresas turísticas	OB-CC	6	Proyección profesional	Proyección profesional	Economía y Administración de Empresas
Prácticas en empresas e instituciones turísticas	OB-CC	12	Proyección profesional	Proyección profesional	Todos los departamentos con docencia adscrita al plan de estudios, conforme a convocatoria realizada por el centro
Trabajo fin de grado	OB-CC	6	Proyección profesional	Proyección profesional	Todos los departamentos con docencia adscrita al plan de estudios

¹ OB-MB: Obligatorio Materia Básica. OB-CC: Obligatoria del Módulo de Créditos Comunes en todas las Universidades Andaluzas. OB-UMA: Obligatorias de Universidad. OP: Optativas.

PROGRAMAS DE LAS ASIGNATURAS

GRADUADO EN TURISMO



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	101 (50128) Geografía General y Regional del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Geografía		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA		
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA		50%
	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		50%

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo y número de pruebas:

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Realización de ejercicios prácticos en la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Málaga.

Para aprobar la asignatura deberá obtener una puntuación mínima media de 1,25 puntos sobre 2,5.

a.2). Realización de una prueba final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos.

El examen final será tipo test y su realización será en la fecha programada por el centro.

Esta prueba aportará un máximo del 70% (7 puntos) de la calificación final. Para aprobar la asignatura deberá obtener una puntuación mínima de 3,5 puntos sobre 7.

b) Criterios de corrección

1) De la prueba final. La corrección de la prueba final se hará tomando como referencia fundamental las explicaciones de clase y la bibliografía.

2) De los ejercicios prácticos. Se valorará la adquisición de habilidades en el manejo y tratamiento de fuentes de información, en el empleo, interpretación y/o elaboración de material gráfico y cartográfico, la correcta aplicación de la metodología en la realización de los trabajos, así como de los conocimientos en la resolución de los ejercicios en la plataforma virtual.

- Componente de la calificación

Evaluación continua 2,5 puntos

Prueba individual 7 puntos

Asistencia a clases prácticas y participación 0,5 puntos

TOTAL CALIFICACION 10 puntos



ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas (30% de los créditos ECTS)

La metodología pedagógica se basa en el desarrollo progresivo de los contenidos teóricos y prácticos. Para ello se utilizará la siguiente estrategia didáctica.

a) Clases teóricas (22% de los créditos ECTS, 33 horas)

Para cada tema, el profesor expondrá los objetivos del mismo y una síntesis de sus contenidos.

En la plataforma de enseñanza virtual se publicará un guión detallado de cada uno de los temas, con indicación de la bibliografía a utilizar para la preparación de los apartados del tema. Igualmente, se publicará en dicha plataforma todo el material complementario necesario para la preparación de los temas.

Con la información adquirida en las clases presenciales, los guiones de los temas, la bibliografía recomendada y el material disponible en la plataforma, los alumnos elaborarán los contenidos objeto de examen.

La asistencia a las clases de teoría, la participación en los foros y actividades programadas se valorará en la nota final.

b) Actividades prácticas en el aula (8% de los créditos ECTS, 12 horas)

Las sesiones prácticas serán utilizadas para complementar los contenidos teóricos y desarrollar destrezas y habilidades. Incluirán:

Consulta de fuentes de información turística en Internet.

Comentario de datos/gráficos y su relación con el turismo.

Análisis e interpretación de material gráfico y cartográfico.

Proyección de material audiovisual.

Como complemento a la actividad en el aula se realizarán dos excursiones con el objetivo de conocer el desarrollo turístico de la provincia de Málaga.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno (60% de los créditos ECTS)

a) Actividades prácticas no presenciales:

Lecturas obligatorias.

Realización de cuestionarios utilizando la plataforma de enseñanza virtual.

Realización de ejercicios.

b) Estudios, tutorías y actividades complementarias

3. Evaluación (10% de los créditos ECTS)

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS

TEMA 1. Introducción a la Geografía del Turismo. Definición de conceptos.

TEMA 2. El espacio geográfico y el turismo. Los factores geográficos de localización turística.

TEMA 3. Modelos de desarrollo y tipologías de espacios turísticos.

BLOQUE TEMÁTICO: BLOQUE TEMÁTICO II: EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

TEMA 4. Los impactos sobre el medio natural.

TEMA 5. Los impactos sobre el medio social.

BLOQUE TEMÁTICO: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

TEMA 6. Las tendencias del turismo mundial. Regiones turísticas mundiales.

TEMA 7. La región turística de Europa.

TEMA 8. Las Américas.

TEMA 9. Asia y Oceanía.

TEMA 10. África y Oriente Próximo.

COMPETENCIAS

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica:

Conocer las diferentes dimensiones del turismo y sus interrelaciones.

Conocer los conceptos básicos del turismo.

Estudiar las tendencias turísticas.

- Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos:

Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos, su valoración y sus factores condicionantes.



Conocer el proceso de generación de las actuales estructuras espaciales vinculadas a los distintos modelos de turismo.

Comprender los factores determinantes de la localización turística.

- Analizar los impactos generados por el turismo.

- Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial:

Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.

Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.

Conocer la evolución de los principales destinos turísticos internacionales.

Conocer y aplicar los conceptos básicos de la geografía.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BARRADO, D. A. y CALABUIG, J. Geografía Mundial del Turismo. Síntesis 2001

BONIFACE, B. G. The geography of travel and tourism. Butterworth-Heinemann 1996

CALLIZO SONEIRO, J.R. Aproximación a la geografía del turismo. Colecc. Espacios y sociedades. Síntesis 1991

FERNÁNDEZ FUSTER, I. Introducción a la teoría y técnica del turismo. Alianza Universidad Textos 1988

LICKORISH, L.H. y JENKINS, Una introducción al turismo. Síntesis 2000

LOZATO-GIOTART, J.P. Geografía del turismo. Masson 1990

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Introducción al turismo. OMT 1998

VERA REBOLLO, F. y OTROS Análisis territorial del Turismo. Ed. Ariel 1997

www.andalucia.org

www.iet.tourspain.es

www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/

www.world-tourism.org

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

ALONSO, J. Geografía turística: Europa y resto del Mundo. Centro de Estudios Ramón Areces 2004

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ÁLVAREZ SOUSA, A. El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. Bosch 1994

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS

BARRADO, D. A. y CALABUIG, J. Geografía Mundial del Turismo. Síntesis 2001

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

BONIFACE, B. G. The geography of travel and tourism. Butterworth-Heinemann 1996

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

BONIFACE, B. y COOPER, C. Worldwide destinations casebook. Elsevier 2005

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

CALLIZO SONEIRO, J.R. Aproximación a la geografía del turismo. Colecc. Espacios y sociedades. Síntesis 1991

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO II: EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

DUHAMEL, P. Le tourisme dans le monde. Armand Colin 1998

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

FERNÁNDEZ FUSTER, I. Introducción a la teoría y técnica del turismo. Alianza Universidad Textos 1988.

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS

FERNÁNDEZ FUSTER, I. Historia general del turismo de masas. Alianza Universidad Textos 1991

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS



HALL, M. y LEW, Alan A. (edit) Sustainable tourism: a geographical perspective. Longman 1998

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO II: EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

LICKORISH, L.H. y JENKINS, C.L introducción al turismo. Síntesis 2000.

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

LOZATO-GIOTART, J.P Mediterráneo y Turismo. Masson 1991

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

LOZATO-GIOTART, J.P. Geografía del turismo. Masson 1990

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

MESPLIER, A. y BLOC-DURAFFOUR, P Geografía del turismo en el mundo. Síntesis 2000

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

MUSSET, A. (coor) Les littoraux latino-américains: terres à découvrir. De L_IHEAL 1998

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Anuario de estadísticas de Turismo. OMT

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Compendio de estadísticas de turismo. OMT

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Datos esenciales del turismo

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Introducción al turismo. OMT 1998

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Statistical data in Excel format (Anuario y Compendio en Excel) OMT

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS; BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Tendencias de los mercados turísticos (Europa, Las Américas, África, Asia Oriental-Pacífico y

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Turismo: Panorama 2020. Europa. OMT 2000

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO III: AREAS TURÍSTICAS MUNDIALES

PAGE, S. J Tourism Management. Butterworth-Heinemann 2003

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO II: EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

PULIDO FERNÁNDEZ, J. I. (Coord.) El turismo rural. Editorial Síntesis 2008

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS

VERA REBOLLO, F. y OTROS Análisis territorial del Turismo. Ed. Ariel 1997

Bloques temáticos: BLOQUE TEMÁTICO I: CONCEPTOS, TIPOLOGÍAS Y MODELOS



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	102 (50129) Inglés Aplicado al Turismo I		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (345A) FILOLOGÍA INGLESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a. Tipo y número de pruebas

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar: Resolución de casos y tareas relacionadas con los contenidos de la asignatura

Tipo de prueba: Audiorales y escritas

Número de pruebas: 4

Componente de la calificación 40 %

a.2). Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (60%) que a su vez se compondrá de:

10% Gramática

10% Conocimiento lenguaje turístico

10% Comprensión escrita

10% Producción escrita

20% Comprensión oral

b. Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas referidas a los niveles considerados entre los estadios superiores de A2 [A2.2] y los inferiores de B1 [B1.1] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas).

En la segunda convocatoria ordinaria de septiembre y otras convocatorias extraordinarias posteriores, el componente de evaluación continua se calificará mediante una prueba oral la cual tendrá el mismo valor que el asignado a dicho componente de evaluación continua. La fecha de la realización de la prueba oral se anunciará durante la celebración de la prueba escrita.

c. Componentes para la calificación final



Tipo de evaluación Componente de la calificación

Evaluación continua 4

Prueba individual 6

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional funcional, según el modelo comunicativo, basada en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda, de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura anglosajonas, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (anglosajona e hispana) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización siempre en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en la cultura anglosajona, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el estudiante de un sistema de estrategias, saberes y saber hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les animará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en diversos medios del sector turístico.

Las clases se impartirán en inglés.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición y desarrollo de los conocimientos temáticos específicos correspondientes a la asignatura.

1.2. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita y producción oral, comprensión oral.

1.3. Adquisición y desarrollo de los contenidos léxicos y gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión/producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Práctica de las destrezas de producción y comprensión oral.



4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de las tareas dirigidas.
5. Actividades complementarias que puedan contribuir a ampliar los conocimientos adquiridos en la asignatura.
- C. Evaluación: Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** Nombre Bloque Temático
- Módulo 1 The foundations of tourism
 - Módulo 2 The tourism industry (agents and procedures)
 - Módulo 3 Transport
 - Módulo 4 Accommodation

COMPETENCIAS

Conocer y utilizar la lengua inglesa en el ámbito profesional en general, y muy especialmente en el entorno turístico. Trabajar en inglés como lengua extranjera, a partir de la adquisición de la competencia comunicativa en lengua inglesa, en un nivel situado entre los estadios superiores de A2 [A2.2] y los inferiores de B1 [B1.1] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico.

El desarrollo, conocimiento y manejo de competencias lingüísticas generales y especializadas en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica y léxica (con especial atención a la terminología específica de turismo).

El desarrollo de las competencias pragmáticas en sus vertientes discursiva y funcional para aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico, y adquirir y manejar habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.

El desarrollo de las competencias sociolingüística y sociocultural necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico para analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, las costumbres y la vida cultural como iniciación a la reflexión intercultural. En definitiva, conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, a través de la adquisición de una progresiva comprensión y producción del idioma para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico.

Competencias Transversales

Competencia 1: Creatividad

Competencia 2: Iniciativa y espíritu emprendedor

Competencia 3: Motivación por calidad

Competencias Específicas:

13, 15, 29 del Libro Blanco de Grado de Turismo

Competencia número 13: Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

Competencia número 15: Trabajar en inglés como lengua extranjera

Competencia número 29: Trabajar en medios socioculturales diferentes

Desarrollo de las Competencias número 13, 15 y 29

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ALCARAZ, E. et al. Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio. Inglés-Español, Spanish- English Ariel 2000 Diccionario
- DE PRADA CREO, E. A Travel Adventure. English for Tourism 1 (ECTS). Universidad de Vigo 2006 Manual de texto
- Guarddon, Anelo MC. VIP Lounge: comunicación en inglés para profesionales del turismo. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2011.
- HANCOCK, M. English Pronunciation in Use. Cambridge University Press 2003 Manual de pronunciación.
- JONES, L. Welcome (English for Travel and Tourism). Student's book. Cambridge University Press 1998 Manual de texto
- LEA, C. (ed.). Oxford español-inglés, inglés-español Oxford University Press Oxford University Press 1994 Diccionario
- MIODUSZEWSKA, M., et al. Check point: English in Tourism. Centro de Estudios Ramón Areces. Ramón Areces 1994 Manual de texto.
- MURPHY, R. English Grammar in Use. Cambridge University Press 1994 Gramática.
- SÁNCHEZ BENEDITO, F. 2004. Manual de pronunciación inglesa comparada con la española. Comares. Manual de pronunciación.
- SÁNCHEZ BENEDITO, F. 2010. Gramática inglesa (8ª ed). Longman-Pearson. Gramática



- SINCLAIR, J. (ed.) Collins Cobuild English Language Dictionary.. Collins Diccionario
- STEVENS, B., E. BÁRCENA Y R. VARELA. English for Tourism I Manual de texto. Centro de Estudios Ramón Areces. 2003 Manual de texto
- STOTT, T. First class: English for Tourism. Student's Book Oxford University Press 1995 Manual de texto
- STRUTT, P. 2003. English for International Tourism. Intermediate Workbook. Longman-Pearson Education Limited.
- STRUTT, P. 2003. English for International Tourism. Student's Book Longman 2004 Manual de texto
- SWAN, M., Y C. WALTER, 2002. How English Works: a grammar practice book with answers. Oxford University Press. Gramática.
- SWAN, M. 1994. Practical English Usage. Oxford University Press.
- USÓ J.E., I. FORTANET GOMEZ Y A. SAORIN IBORRA 2004 Starting English for Tourism Studies. Publicaciones de la Universidad Jaime I. Manual de texto.
- WALKER, R. & K. HARDING. 2006. Tourism 1. Oxford English for Careers. Student's Book. Oxford University Press. MANUAL DE TEXTO RECOMENDADO CLASE.
- Diccionario Bilingüe Cambridge Spanish-English Compact Edition. Cambridge University Press. Diccionario.
- Larousse Unabridged Dictionary: Spanish-English/ English-Spanish. Larousse. 2004. Diccionario.
- Longman Dictionary of Contemporary English with CD. Longman 2003. Diccionario.
- Oxford español-inglés, inglés-español. 1994. Oxford UP



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	103 (50130) Introducción a la Economía		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Economía		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo, número de pruebas y valoración de las mismas:

a.1) Primera convocatoria ordinaria:

a.1.1) Evaluación continua: se valorará la calificación obtenida en dos pruebas parciales que se realizarán a lo largo del curso, así como la exposición en clase de ejercicios en las clases prácticas.

a.1.1.1) Las pruebas serán tipo test y constarán de 10 preguntas de teoría y de prácticas, cada una de ellas.

En cada una de las dos pruebas mencionadas se podrán obtener como máximo 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 1 punto y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,3 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de cada una de las pruebas será de cero puntos.

Las pruebas tipo test se realizaran fuera del aula, en el tiempo asignado a actividades de evaluación. La primera prueba se realizará entre la décima y la duodécima semanas de clases y versará sobre las cuatro primeras lecciones de teoría y las cuatro primeras de prácticas. La segunda prueba se realizará en la décimoquinta semana de clases y versará sobre las cuatro últimas lecciones de de teoría y las cuatro últimas de práctica.

a.1.1.2) El alumno deberá trabajar y realizar los ejercicios y cuestiones tipo test propuestos por el profesor para cada lección. En la clase práctica de cada lección, el profesor solicitará a varios alumnos que resuelvan alguno de los ejercicios y cuestiones tipo test propuestos. El profesor valorará con un máximo de 10 puntos la exposición de los alumnos, en clase, de los ejercicios y cuestiones tipo test a lo largo de todo el cuatrimestre.

a.1.2) Realización de una prueba final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. El examen será tipo test y constará de 20 preguntas de teoría y de ejercicios, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario.

En el examen final se podrán obtener como máximo 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0.15 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será cero puntos.

El examen final se confeccionará en colaboración por todos los profesores de la asignatura. Las preguntas del examen serán propuestas por todos los profesores que impartan la docencia.

La nota final obtenida en la asignatura (NF) se calculará mediante una media ponderada teniendo en cuenta las cuatro calificaciones obtenidas a lo largo del curso.

La nota obtenida en la primera prueba parcial (N1), supondrá el 10% de la nota final; la nota obtenida en la segunda prueba parcial (N2), supondrá el 10 % de la nota final; la nota obtenida por la resolución en clases prácticas de tests y ejercicios (N3) supondrá un 10 % de la nota final; y la nota obtenida en el examen final (N4) supondrá un 70 % de la nota final de la asignatura:



$$NF=N1*0.1+N2*0.1+N3*0.1+N4*0.7$$

El examen final se realizará en fecha, hora y lugar programados por el centro.

Para superar la asignatura la nota final calculada mediante la media ponderada descrita habrá de ser igual o superior a cinco puntos.

a.2) Segunda convocatoria ordinaria y convocatoria extraordinaria:

a.2.1) Realización de un examen final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos del alumno. La prueba será tipo test y constará de 20 preguntas de teoría y de ejercicios.

En dicha prueba se podrán obtener un máximo de 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0.5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0.15 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será cero.

El examen final se confeccionará en colaboración con todos los profesores de la asignatura. Las preguntas de la prueba serán propuestas por todos los profesores que impartan la docencia.

Para superar la asignatura hay que obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10.

b) Criterios de corrección:

La corrección de la prueba final se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria propuesta, por lecciones, y las explicaciones de clase.

El acta será firmada por el coordinador de la asignatura. La prueba final se corregirá por los profesores que imparten la asignatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas (30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno):

1a) Clases teóricas (24 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): en las que se expondrán los conceptos básicos de economía referidos al programa.

Con la información adquirida en las clases presenciales, los guiones de los temas, la bibliografía recomendada y el material disponible en la plataforma, los alumnos trabajarán de forma individual o colectiva, bajo la supervisión y orientación del profesor, los contenidos objeto de examen.

1b) Clases prácticas (6 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): constarán de actividades prácticas en el aula en las que se realizarán ejercicios y cuestionarios. Al inicio de la docencia de cada lección, se pondrá a disposición de los alumnos una guía de los objetivos, así como los ejercicios y las cuestiones propuestas para cada una de las lecciones.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno (60% de los créditos ECTS):

2a) Actividades prácticas no presenciales:

Realización de ejercicios disponibles para los alumnos en la plataforma de enseñanza virtual.

Realización de cuestionarios tipo test disponibles para los alumnos utilizando la plataforma de enseñanza virtual.

2b) Estudio y lectura.

2c) Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con la asignatura.

2d) Actividades completarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios y jornadas, relativos a los contenidos de la asignatura.



CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 1ª

Lección 1ª.- Principios básicos.

1. Introducción a la economía.
2. La elección individual: el núcleo de la economía.
3. Interacción: ¿Cómo funcionan las economías?

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 2ª

Lección 2ª.- Modelos económicos: la frontera de posibilidades de producción y el comercio.

1. Los modelos en la Economía: algunos ejemplos de interés.
2. Los modelos económicos.
3. Las representaciones gráficas en economía.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 3ª

Lección 3ª.- Oferta y demanda.

1. Oferta y demanda: el modelo de competencia perfecta.
2. La curva de demanda.
3. La curva de oferta.
4. Oferta, demanda y equilibrio.
5. Cambios de la oferta y la demanda.
6. Mercados competitivos y otros tipos de mercado.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 4ª

Lección 4ª.- Intervención del Estado en la economía.

1. ¿Por qué los gobiernos regulan los precios?
2. Precios máximos.
3. Precios mínimos.
4. Control de cantidades.
5. Los impuestos indirectos y su similitud con el control de cantidades.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 5ª

Lección 5ª.- La elasticidad.

1. Definición y cálculo de la elasticidad.
2. Interpretación de la elasticidad precio de la demanda.
3. Otras elasticidades de demanda.
4. La elasticidad precio de la oferta.
5. Aplicaciones de la elasticidad: la incidencia de un impuesto indirecto.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 6ª

Lección 6ª.- Excedente del consumidor y del productor.

1. Excedente del consumidor y la curva de demanda.
2. Excedente del productor y la curva de oferta.
3. Excedente del consumidor, excedente del productor y las ganancias del comercio.
4. Aplicación del excedente del consumidor y del productor: la pérdida de eficiencia del impuesto.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCIÓN 7ª

Lección 7ª.- Que hay detrás de la curva de oferta: factores productivos y costes.

1. La función de producción.
2. Dos conceptos clave: coste marginal y coste medio.
3. Costes a corto plazo frente a costes a largo plazo.

BLOQUE TEMÁTICO: LECCION 8ª

Lección 8ª.- Introducción al modelo de competencia perfecta.

1. Competencia perfecta.
2. Producción y beneficios.



3. Tipos de estructura de mercados.

BLOQUE TEMÁTICO:

COMPETENCIAS

C.1. Comprender los principios del turismo: su dimensión económica (C1 LBGT)

C.1.1. Comprender los principios del turismo: su dimensión económica.

C.1.2. Conocer las diferentes dimensiones económicas del turismo y sus interrelaciones.

C.1.3. Analizar el comportamiento de oferentes y demandantes de servicios turísticos.

C.2. Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)

C.2.1. Conocer los aspectos introductorios del análisis microeconómico de los mercados competitivos y las razones para la intervención del sector público cuando fallan los mercados.

C.2.2. Aplicar los conceptos y relaciones adquiridos al análisis del turismo.

C.3. Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Economía.

C.3.1. Conocer los conceptos económicos básicos del turismo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

A. TEORÍA

A.1 KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía. Editorial Reverté. Reverté 2008

A.2. página Web de Krugman/Wells/Olney [www. worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney)

B. PRÁCTICAS

B.1. CARRASCO, A. y OTROS Cuestiones de tipo test de Introducción a la Economía (330 CUE) Addison Prentice Hall 2004

B.2. CASTEJON, R. y otros Introducción a la Economía para el Turismo. Casos prácticos y ejercicios Prentice-Hall 2003

B.4. KRUGMAN, P. WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía Reverté 2008 [www. worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney)

B.5. OMT Apuntes de Metodología de la investigación en turismo Themis 2002

C. ENLACES DE INTERES PARA LA ECONOMIA DEL TURISMO

C.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) <http://www.unwto.org/index.php>

C.2. EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC): <http://www.etc-corporate.org/>

C.3. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) <http://www.wttc.org/>

C.4. SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO <http://www.mcx.es/>

C.5. INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>

C.6. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) <http://www.ine.es/>

C.7. INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (INC) <http://www.consumo-inc.es/>

C.8. CONSEJERÍA DE TURISMO <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>

C.9. TURISMO ANDALUZ. <http://www.turismoandaluz.com/>

C.91. INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/>

C.92. ESTADÍSTICAS DEL TURISMO PARA ANDALUCÍA
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/investigador/comun/estadisticasInicio.jsp>

C.93. EXCELTUR Alianza para la excelencia turística <http://www.exceltur.org/>

C.94. HOSTELTUR. <http://www.hosteltur.com/>

C.95. DAILY NEWS FOR THE INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY <http://www.traveldailynews.com/>

C.96. PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020. <http://www.turismo2020.es/>



C.97. ANDALUCÍA TURISMO DIGITAL <http://www.andaluciaturismodigital.com/>

2004

Se facilitarán a lcomienzo de la lección correspondiente

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 20-55
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 56-82
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 83-108
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 109-134
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 135-159
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 160-185
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 186-212
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía Reverté 2008 pp. 238-269
- KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía. Reverté 2008 pp. 1-19

Bloques temáticos: LECCIÓN 1ª



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	104 (50131) Organización y Gestión de Empresas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Empresa		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

EVALUACIÓN (10% de los créditos ECTS):

a) Realización de exámenes y pruebas de evaluación:

1. Evaluación continua: actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final).

i. Tipo de actividad a evaluar: Problemas/Ejercicios.

· Tipo de prueba: Ejercicios numéricos a realizar de forma individual.

· Número de pruebas: Una, a realizar en la semana 9.

· Componente de la calificación: 10%

ii. Tipo de actividad a evaluar: Resolución de casos.

· Tipo de prueba: Resolución de un ejercicio según el método del caso, a realizar en grupos de cinco personas como máximo.

· Número de pruebas: Una, a realizar en la semana 14.

· Componente de la calificación: 10%

TOTAL CALIFICACIÓN: 2 PUNTOS SOBRE UN TOTAL DE 10.

2. Realización de una prueba individual, en la que se evaluarán, fundamentalmente, los conocimientos teóricos y prácticos (máximo 80% de la calificación final).

- i. Esta prueba consistirá en dos preguntas de teoría a desarrollar, correspondientes a los epígrafes de los temas del programa de la asignatura.
- ii. Además, incluirá un problema numérico, debiendo comentarse los resultados del mismo. Este problema estará relacionado con los ejercicios prácticos de los temas del programa de la asignatura.
- iii. Cada pregunta de teoría será puntuada sobre 3 puntos, y el problema sumará hasta dos más.
- iv. La prueba se realizará en fecha, hora y aula designadas por el centro.

TOTAL CALIFICACIÓN: 8 PUNTOS SOBRE UN TOTAL DE 10.

b) Criterios de corrección: Adecuación a la materia impartida en clases teóricas y prácticas, de acuerdo con la bibliografía básica recomendada. Se valorará la capacidad de síntesis (cuando proceda), y en todo caso el correcto empleo del lenguaje oral y escrito. En la prueba individual (8 puntos sobre 10), para aprobar la asignatura no podrá obtenerse una calificación de cero puntos en ninguna de las tres preguntas que la integran (dos de teoría y un problema).

c) Componentes de la calificación final:

1. Evaluación continua: 2 puntos sobre un total de 10.
2. Prueba individual: 8 puntos sobre un total de 10.

En las convocatorias ordinaria 2ª y extraordinarias la calificación no incluirá la evaluación continua, será la obtenida en la prueba individual que puntuará en este caso sobre un total de 10.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno:
 - a. Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos mediante el desarrollo de clases magistrales, con el apoyo de la bibliografía básica recomendada.
 - b. Clases prácticas. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo.
2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:
 - a. Estudio y lectura.
 - b. Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con los contenidos de la asignatura.
 - c. Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

TEMA 1: LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO. ESPECIAL REFERENCIA A LA EMPRESA TURÍSTICA

1. Concepto, elementos y funciones de la empresa.
2. Evolución histórica de la empresa.
3. Clases de empresas. Especial referencia a la empresa turística.
4. El enfoque de sistemas de la Economía de la Empresa. La empresa como sistema.

5. El entorno de la empresa. Especial referencia a la empresa turística.
6. El empresario: concepto y evolución histórica. El empresario turístico actual.
7. Expectativas, decisiones y riesgos empresariales.

TEMA 2: LA LOCALIZACIÓN Y DIMENSIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. La localización de las empresas turísticas. Factores determinantes.
2. Los costes en la empresa turística. Definición y análisis del punto de cobertura.
3. Concepto y aspectos de la dimensión empresarial.
4. La determinación de la dimensión óptima en las empresas turísticas.
5. Dimensión y ocupación. El apalancamiento operativo.

TEMA 3. EL SUBSISTEMA DE PRODUCCIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. Concepto y clases de actividad productiva.
2. El subsistema de producción: concepto, elementos y relaciones.
3. La administración de la producción.
4. Programación de las actividades de producción en las empresas turísticas.

TEMA 4: EL SUBSISTEMA DE APROVISIONAMIENTO EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. Concepto y funciones del subsistema de aprovisionamiento.
2. Modelos de gestión de existencias.
3. Gestión del aprovisionamiento en el economato-bodega

TEMA 5: EL SUBSISTEMA COMERCIAL EN LA EMPRESA TURÍSTICA.

1. El marketing: concepto, elementos y funciones.
2. Investigación y segmentación del mercado turístico.
3. El producto turístico.
4. El precio.
5. Los canales de distribución en el sector turístico.
6. La comunicación externa de las empresas turísticas

TEMA 6: EL SUBSISTEMA DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN EN LA EMPRESA TURÍSTICA.

1. Concepto, elementos y funciones del subsistema financiero.
2. La inversión en la empresa. Evaluación de inversiones en las empresas turísticas.
3. La financiación en la empresa.
4. Los ciclos económico-financieros y la planificación financiera. Especial referencia a las empresas turísticas.

TEMA 7: EL SUBSISTEMA DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA TURÍSTICA.

1. La administración de recursos humanos: concepto, objetivos y funciones.
2. El puesto de trabajo. Grupos y categorías profesionales en las empresas turísticas.
3. Provisión de recursos humanos: selección y reclutamiento.
4. Mantenimiento de los recursos humanos: política, laboral, salarial y social.
5. Desarrollo de los recursos humanos: formación, aprendizaje y desarrollo.

TEMA 8: LA EMPRESA Y SU ENTORNO: LA ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

1. El subsistema administrativo: concepto y niveles.
2. Las funciones administrativas: concepto, clases e interrelación.
3. El entorno empresarial. Concepto de administración estratégica.
4. Concepto, formas y estrategias de crecimiento de la empresa turística en el actual entorno globalizado.
5. La estrategia de concentración empresarial en el sector turístico.
6. Concepto, formas y estrategias de internacionalización de la empresa turística en el actual entorno globalizado.

TEMA 9: PLANIFICACIÓN Y CONTROL EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. Concepto y elementos de la planificación.
2. Etapas del proceso de planificación y tipos de planes en las empresas turísticas.



3. Concepto y clases de control.
4. El control de gestión en las empresas turísticas.

TEMA 10: LA ORGANIZACIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. La función de organización: concepto y principios de organización.
2. Sistemas de organización: la adhocracia y la burocracia.
3. Organización formal e informal.
4. El diseño organizativo en las empresas turísticas.

TEMA 11. DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

1. La función de dirección en las empresas turísticas: concepto, niveles y formas de dirigir.
2. Los estilos de dirección.
3. El comportamiento humano en la organización: motivación, participación, grado de conflictividad del personal y diversidad cultural en las empresas turísticas.
4. El liderazgo.
5. La comunicación interna y la coordinación en la empresa turística.

COMPETENCIAS

- Competencia 10 LBGT: Gestionar los recursos financieros
Conocer los instrumentos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación en la empresa turística
- Competencia 12 LBGT: Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas:
Conocer los principios básicos de la dirección y gestión de empresas.
Conocer los conceptos y herramientas de planificación, organización, dirección y control.
Conocer los distintos modelos organizativos de las empresas turísticas.
- Competencia 34: Conocer y aplicar los conceptos básicos de la dirección de empresas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Martín Rojo, I. Dirección y gestión de empresas del sector turístico.(4ª edición). Madrid: Pirámide



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	105 (50132) Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Informática para la gestión turística		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Informática para la gestión turística		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

A) Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula

Prácticas presenciales en aulas de informática/laboratorio. Ejercicios prácticos =10. Corresponden con 20% calificación

Actividades complementarias. Ejercicios prácticos=4. Corresponden con 10% calificación

TOTAL CALIFICACION=30% calificación

* Tipo de prueba: examen de teoría, examen de ejercicios, pruebas tipo test, exposición de trabajos (individuales o en grupo), etc.

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Se realizara una Prueba individual. Componente de la calificación final: 70%

Constará de dos partes:

a) Un test que representa el 20% de la calificación final en la que se deberá demostrar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la asignatura.

b) Una prueba práctica que representa un 50% de la calificación final en la que se deberán resolver casos usando el ordenador.

Para valorar la prueba práctica se deberá obtener en el test del apartado a) un mínimo del 40% de la calificación del mismo, así como obtener en la prueba práctica también un mínimo del 40% de su calificación.

B) Criterios de corrección

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización en las tareas y ejercicios prácticos. Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso. La asistencia a clase sera obligatoria.

C) Componentes para la calificación final

Evaluación continua: 3 ptos.



Prueba individual: 7 pts.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se llevarán a cabo dos tipos de actividades principales:

Clases presenciales teóricas y prácticas:

Clases teóricas: Explicación detallada del temario, casos prácticos y de los ejercicios propuestos por los profesores de la asignatura. Para el desarrollo de estas clases se utilizarán material audiovisual y los equipos del aula de informática.

Clases prácticas: Realización, en las aulas de informática, de prácticas presenciales que hagan comprender con ejemplos el temario de la asignatura.

Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno:

Se propondrán tareas a resolver como complemento a las clases presenciales, con el objetivo de reforzar los conocimientos de la materia.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Bloque temático I. Introducción a la informática. Conceptos y componentes.

1.- Introducción a la informática

Bloque temático II. Aplicación ofimática al Turismo.

2.- Procesadores de textos

3.- Software de presentación

4.- Hojas de Cálculo

Bloque temático III. Introducción y servicios ofrecidos por Internet.

5.- Redes e Internet

Bloque temático IV. Introducción al comercio electrónico.

6.- Negocio electrónico

Bloque temático V. Conocer el funcionamiento de los CRS-GDS.



7.- Centrales de reservas- Sistemas globalizados de distribución

COMPETENCIAS

Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector

turístico (C24 LBGT)

o Conocer los principios básicos de las TICs.

o Conocer los principios básicos de las Centrales de Reservas (CRS-Computerized Reservation System) y

Sistemas Globalizados de distribución (GDS ¿ Global Distribution Systems).

o Conocer herramientas ofimáticas integradas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Alcalde, Eduardo Informática Básica McGraw Hil 2006
- Buhalis Dimitrios., Laws Eric Tourism Distribution Channels. Practices, issues and transformations Continum 2001
- Burgos, Enrique et al. Del 1.0 al 2.0 Claves para entender el nuevo marketing Bubok publishing 2009
- García, Silvia Introducción a la Informática Guías Visuales. Anaya Multimedia. 2005
- González Mangas, A. González Mangas, G. SmartSuite. Edición Millennium Paraninfo 2004
- Guevara, A et al. Informática aplicada a la gestión de la empresa Piramide 2004
- Guevara, et. al. Sistemas Informáticos aplicados al Turismo. Ed. Piramide 2009
- Joyanes, Luis Sistemas Operativos Prentice Hall 2001
- Kaba, Ibrahim Elementos básicos de comercio electrónico Universitaria 2008
- Macdonald, Matthew Excel 2007. Manuales fundamentales Anaya Multimedia 2007
- McMahon, Richard Introducción a las redes 2003 Anaya Multimedia 2003
- Pérez, César Domine Microsoft Excell RA-MA. 2007
- Preston Gralla Cómo funciona Internet Anaya Multimedia 2007



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	106 (50133) Alemán Aplicado al Turismo I		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (320A) FILOLOGÍA ALEMANA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

a.1.). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Evaluación continua (40%):

- Baterías de test en el Campus Virtual

Número de pruebas: 3

Componente de la calificación 15%

- Resolución de casos profesionales

a. Tareas escritas:

Número de pruebas: 4

Componente de la calificación: 10%

b. Actividades de producción oral basadas en las tareas escritas.

Número de pruebas: 2

Componente de la calificación: 15%

TOTAL CALIFICACIÓN: 4

A.2.). Realización de la prueba y sus componentes:

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10%

Prueba final: 6



b) Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas del nivel A1.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación: Componente de la calificación

Evaluación continua: 4

Prueba individual: 6

TOTAL CALIFICACIÓN: 10

2ª Convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias

Los alumnos deberán realizar una prueba que permitirá evaluar las cuatro destrezas y que constará de las siguientes partes:

Gramática 45%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10%

Resolución de casos profesionales (25%): Expresión oral (15%) basada en la realización y entrega de 4 tareas escritas (10%).

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Prueba individual: 10

TOTAL CALIFICACIÓN: 10



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional-funcional según el modelo comunicativo, basado en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno artificial académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación, con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura germánica, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (germánica y hispánica) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, la cultura activa, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en las culturas francófonas, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el aprendiz de un sistema complejo de estrategias, saberes y saber-hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades, tanto lingüísticas como referenciales. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les incitará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en los diversos medios del sector turístico. Las clases se impartirán en alemán.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.

1.2. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita, comprensión oral y ejercicios gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Entrenamiento en la destreza de comprensión oral.

4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de los trabajos dirigidos.

5. Actividades complementarias: asistencia a conferencias, seminarios, proyección de películas y documentales, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

C. Evaluación:

1. Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

A. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30 %

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo

2. Clases prácticas en pequeño grupo

B. Trabajo personal del alumno: 60 %

C. Evaluación: 10 %

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos lingüísticos

Contenidos lingüísticos

1.1. Características generales de la lengua alemana

1.2. Morfología y sintaxis del grupo nominal

1.2.1 Género y número : Artículo, sustantivo, adjetivo

1.2.2 Declinación (nominativo, acusativo, dativo): El artículo y el sustantivo

1.2.3 El pronombre: personal, posesivo, determinado, interrogativo, impersonal

1.2.4 Las preposiciones

1.4. Morfología y sintaxis del grupo verbal

1.4.1 El verbo I (presente de indicativo)



- 1.4.2 El verbo II (imperativo)
- 1.4.3 El verbo III (el futuro)
- 1.4.5. El verbo IV (los verbos modales)
- 1.4.5 La negación: Nein, nicht, kein-
- 1.5. Sintaxis de la oración
- 1.5.1 El orden de los elementos

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos funcionales

Contenidos funcionales generales

Las nociones y contenidos funcionales así como las construcciones discursivas utilizadas responden a las situaciones comunicativas más frecuentes en las que supuestamente el alumno tendrá que desempeñar su labor profesional:

- 2.1.1 Establecer contacto con alguien, presentarse a sí mismo y a otros.
- 2.1.2 Saludos, despedidas y otras fórmulas de cortesía.
- 2.1.3 Conversaciones telefónicas
- 2.1.4 Pedir y dar información personal
- 2.1.5 Describir personajes, objetos, lugares, edificios, el camino, etc.
- 2.1.6 Expresar obligación y/o ausencia de obligación
- 2.1.7 Expresar necesidad, agrado, desagrado y preferencias
- 2.1.8 Aceptar y ofrecer o rehusar ayuda, invitaciones, comidas, etc.
- 2.1.9 Averiguar y describir lo que está sucediendo
- 2.1.10 Pedir y dar permiso, consejos, sugerencias, disculpas
- 2.1.11 Narrar hechos presentes y futuros

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos de especialidad

3. Contenidos de especialidad

- 3.1. Introducción al sector profesional del Turismo
- 3.2. Las empresas de alojamiento
- 3.3. Servicios turísticos

BLOQUE TEMÁTICO:

COMPETENCIAS

Competencias específicas:

Cognitivas (saber)

Adquisición de la competencia comunicativa en lengua alemana (nivel A1 según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico.

Esto implica:

- La ampliación y perfeccionamiento de competencias lingüísticas y especializadas en sus vertientes discursiva y funcional: aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico: adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.

- La ampliación de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Profundización en la reflexión intercultural.



Procedimentales/instrumentales (saber hacer)

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjera

Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera

Trabajar en medios socioculturales diferentes

Actitudinales (ser)

Creatividad

Iniciativa y espíritu emprendedor

Motivación por calidad

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Brauce, B., Castell, V. A. 2002. Verbos alemanes: diccionario de conjugación y complementacion. Diccionario de mas de 5000 verbos.
- Castell Vicente, A. 2008. Gramática de la lengua alemana : explicaciones y ejemplos . Madrid: Idiomas.
- Corcoll, R. y Corcoll, B. 2006. Programm, alemán para hispanohablantes. Libro de ejercicios. Barcelona: Herder.
- Dornseiff, F . y Quasthoff, U. 2004. Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen. 8ª edición revisada y actualizada. Berlin: Gruyter.
- Eger, K. 2006. Mejora tu alemán. Ejercicios prácticos. Barcelona: Vecchi.
- García Gavín, S. 2000. Vokabel : ejercicios de vocabulario básico de alemán: nivel inicial. [Recurso electrónico]. Universidad Europea de Madrid-CEES. Madrid: Universidad de Madrid.
- Götz, D. y Haensch, G. 1993. Langenscheidts Grosswörterbuch Deutsch als Fremdsprache. München: Langenscheidt.
- Grumbach, E. 2003. Gramática del estudiante alemán : los 100 puntos esenciales de la gramática alemana, con ejemplos en alemán y en español. Océano.
- Karlson, L. y Karlson, L. 2001. Escribir cartas alemán : los principales recursos para la correspondencia profesional y privada, con ejercicios y modelos de cartas. Océano.
- Müller, I. 2009. Barcelona: Vecchi
- Nedwed, S. y Nedwed, C. 2009. Diccionario fraseológico español y aleman. Barcelona: Serbal.
- Pineda Benedicto, J.A. 2008. Gramática alemana. Espasa-Calpe, S.A.
- Slaby, R.J. y Grossmann, R. 1994. Diccionario de las lenguas española y alemana. (2 Tomos) Barcelona: Herder.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Fuchs, W. ; Mundt, J.W. y Zollondz, H-D. 2008. Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger Oldenbourg: Wissenschaftsverlag.
- Gaidosch, U. y Müller, C. 2006 Zur Orientierung. Deutschland in 30 Stunden. Isamning: Hueber



Mündt, J. 2006. Tourismus. Munich: Oldenbourg.

Mundt, J. 2001. Einführung in den Tourismus. Munich: Oldenbourg

Schroeder, G. 2007. Das Tourismus-Lexikon. 5ª ed. revisada. Niedecken: Tourcon.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	107 (50134) Francés Aplicado al Turismo I		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (335A) FILOLOGÍA FRANCESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Evaluación continua (40 %):

- Baterías de test en el Campus Virtual

Número de pruebas: 3

Componente de la calificación: 15 %

- Resolución de casos profesionales

a. Tareas escritas.

Número de pruebas: 1

Componente de la calificación: 10 %

b. Actividades de producción oral.

Número de pruebas: 1

Componente de la calificación: 15 %

TOTAL CALIFICACION 4

a.2). Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. (máximo 80% de la calificación final)

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%



Prueba de comprensión oral 10 %

Prueba final 6

b) Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas referidas a los niveles considerados entre los superiores del A.1 y los inferiores del A.2

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Evaluación continua 4

Prueba individual 6

TOTAL CALIFICACION 10

2ª convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias.

Los alumnos deberán realizar 1 prueba que permitirá evaluar las cuatro destrezas y que constará de las siguientes partes:

Gramática 45%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 20%

Prueba de comprensión oral 10 %

Expresión oral 15 %.

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Prueba individual 10

TOTAL CALIFICACION 10



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional-funcional según el modelo comunicativo, basado en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno artificial académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación, con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura francófonas, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (francófona e hispánica) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, la cultura activa, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en las culturas francófonas, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el aprendiz de un sistema complejo de estrategias, saberes y saber-hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades, tanto lingüísticas como referenciales. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les incitará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en los diversos medios del sector turístico. Las clases se impartirán en francés.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.

1.2. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita, comprensión oral y ejercicios gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Entrenamiento en la destreza de comprensión oral.

4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de los trabajos dirigidos.

5. Actividades complementarias: asistencia a conferencias, seminarios, proyección de películas y documentales, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

C. Evaluación:

1. Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

A. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30 %

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo

2. Clases prácticas en pequeño grupo

B. Trabajo personal del alumno: 60 %

C. Evaluación: 10 %

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos lingüísticos

A - Morfología y sintaxis del grupo nominal

Género y número de nombres y adjetivos.

Determinantes: adjetivos demostrativos, posesivos y artículos

Los numerales (cardinales y ordinales)

El partitivo (formación y sintaxis)

El complemento del nombre

Pronombres demostrativos

Pronombres interrogativos

Pronombres relativos simples



Adjetivos interrogativos y exclamativos

Pronombres personales sujeto, complemento y pronombres tónicos (I)

Pronombres posesivos

B - Morfología y sintaxis del grupo verbal

Los grupos verbales (verbos regulares e irregulares)

Los tiempos del indicativo: el presente, el passé composé, el futuro simple.

Las perífrasis verbales

La concordancia del participio pasado

El imperativo

C - Elementos de relación, modalización y localización

Adverbios de modo (-ment)

Preposiciones y locuciones prepositivas (I)

Expresiones de tiempo y lugar (I)

D - Sintaxis de la oración

El sujeto: tipos y usos

El objeto directo e indirecto, sustitución pronominal

La negación simple

La interrogación directa.

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos funcionales y de especialidad

I. Introducción al mundo del turismo

Se présenter et parler de son métier. Présenter son entreprise. Prendre contact au téléphone et engager une conversation téléphonique. Prendre contact par écrit. Présenter un curriculum vitae. Répondre aux demandes écrites et par téléphone.

II. Los medios de transporte y la acogida del cliente

Les moyens de transport, les horaires. Les métiers du transport. Accueillir et informer les passagers. Informer sur la direction et les horaires. Vendre un titre de transport.

III. La animación turística

Établir un programme d'animation. Animer un village de vacances. Évaluer une prestation touristique. Les métiers de l'animation. Renseigner à propos des manifestations culturelles, sportives, etc.

OBSERVACIONES

Se pretende que los alumnos alcancen un nivel A1.2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS

1. Resolución de problemas
2. Toma de decisiones
3. Trabajo en equipo
4. Habilidad para trabajar de forma autónoma
5. Planificación y gestión del tiempo
6. 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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Cognitivas(Saber)



Cognitivas(Saber)

1. Adquisición de la competencia comunicativa en lengua francesa, en un nivel situado entre los estadios superiores de A.1 [A1.2.] y los inferiores de A.2 [A.2.1.] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico. Esto implica:
 - El desarrollo de competencias lingüísticas generales y especializadas, en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica y léxica (con especial atención a la terminología específica).
 - El desarrollo de las competencias pragmáticas, en sus vertientes discursiva y funcional: aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico, y adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
 - El desarrollo de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Iniciación a la reflexión intercultural.

Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer)

1. Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
2. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
3. Trabajar en medios socioculturales diferentes

Actitudinales(Ser)

- 1 Creatividad
- 2 Iniciativa y espíritu emprendedor
- 3 Motivación por calidad

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ABRY, D. y CHALARON, M.-L. (1994): Phonétique. Exerçons-nous. 350 exercices avec 6 cassettes. París: Hachette.
- AKYÜZ, A. et al. (2005): Les exercices de grammaire : niveau A1. París : Hachette Livre.
- AKYÜZ, A. et al. (2006): Les exercices de grammaire : niveau A2. París : Hachette Livre.
- BOULARÈS, M. (2001): Conjugaison progressive du français avec 400 exercices. París: Clé international.
- CARLO, C. y CAUSA, M. (2003): Civilisation progressive du français. Niveau débutant. París: CLE International.
- CHANTELAUVE, O. et al. (1991): Les métiers du tourisme. Cours de français. París: Hachette.
- CHARMEUX, É. (2001): Une grammaire d'aujourd'hui. Toulouse: SEDRAP.
- CORBEAU, S., DUBOIS, CH. y PENFORNIS, J.-L. (2004): Tourisme.com. Méthode de français professionnel du tourisme. París: Clé international.
- DANILO M., PENFORNIS J.-L. (1993): Le français de la communication professionnelle. París: Clé international.
- DANY, M. y LALOY, J.-R. (1993): Le français de l'hôtellerie et du tourisme. París: Hachette.
- Diccionarios
- DUBOIS, Jean (dir.) (2002): Lexis : Larousse de la langue française. París: Larousse.
- GARCIA-PELAYO, GROSS R. y TESTAS J. (1999): Gran diccionario Español-Francés / Francés-Español. París: Larousse.
- GIRARDET, J. y CRIDLIG J.-M. (2000): Panorama 1: cahier d'exercices. París: Clé international.
- Gramáticas, libros de ejercicios y manuales
- GRÉGOIRE, M. y KOSTUCKI, A. (2005): Exercices audio de grammaire : Niveau intermédiaire. París: Clé international.
- GRÉGOIRE, M. y THIEVENAZ O. (1995): Grammaire progressive du français: intermédiaire. París: Clé international.



- GRÉGOIRE, M. (2004): Grammaire progressive du français. Niveau débutant : avec 400 exercices. Corrigés. Paris: Clé international.
- HANSE, J. y BLAMPAIN, D. (2000): Le nouveau dictionnaire des difficultés du français. Louvain la Neuve: De Boek / Duculot.
- LE FUR, D. (dir.) (2005): Dictionnaire des synonymes et nuances. Paris: Le Robert.
- Le Robert & Nathan (1995): La grammaire. Paris: Nathan.
- Le Robert & Nathan (1995): Le vocabulaire. Paris: Nathan.
- Le Robert & Nathan (1996): La conjugaison. Paris: Nathan.
- MIQUEL, C. (2005): Grammaire en dialogues : niveau débutant. Paris: Clé international.
- MONNERIE, A. y FERNÁNDEZ-BALLON, M. (1994): Gramática esencial de francés. Paris: Larousse.
- PARODI, L. y VALLACCO, M. (2003): Grammaire : savoir-faire. [Adaptada al español]. Barcelona : Vicens-Vives.
- POISSON-QUINTON, S. et al. (2002): Grammaire expliquée du français. Paris: Clé international.
- REY, A.(dir.) (1998): Le Robert. Paris: Le Robert.
- REY-DEBOVE, J. (dir.) (1999): Dictionnaire du français : référence apprentissage. Paris: Le Robert, CLE International.
- STEELE, R. (2002): Civilisation progressive du français. Paris: CLE International.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	108 (50135) Gestión del Patrimonio Cultural		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Patrimonio		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Patrimonio		
Departamento::	(28) HISTORIA DEL ARTE (465A) HISTORIA DEL ARTE		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La prueba final se realizará el día, hora y lugar acordados por el centro en convocatoria oficial. Consistirá en una prueba escrita de carácter individual que servirá para cuantificar el aprendizaje del alumno en aquellas cuestiones esenciales para cotejar la adquisición de las destrezas y competencias generales y específicas de la asignatura. En esa prueba individual se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Se seleccionarán 3 temas del bloque de teoría, y el alumno deberá desarrollar dos unidades de las propuestas en un tiempo máximo e improrrogable de dos horas y media.

Prueba individual representa el 60%, 8 puntos de un total de 10. Dos pruebas prácticas grupales que representan el 40% de la nota, un punto cada una.

Tipo de actividad a evaluar Tipo de prueba* Número de pruebas Componente de la calificación (%)

Teoría escrita	1	60%
----------------	---	-----

Aplicaciones de la teoría

Problemas/Ejercicios

Resolución de casos	2	40%
---------------------	---	-----

Prácticas en aulas de informática/laboratorio

Trabajos dirigidos

Actividades complementarias A través del campus virtual

(optativas)

TOTAL CALIFICACION Mínimo 2 puntos sobre un total de 10



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las clases teóricas con grupo grande se desarrollarán siguiendo la metodología de clase expositiva, lección magistral. Las clases con grupo reducido se basan en la utilización de otras metodologías.

La metodología pedagógica está pensada para trabajar con grupos pequeños, con exposición de temas relacionados con la teoría, y una vez expuestos se realizarán las preguntas, el debate y se trabajan los contenidos de cara a la evaluación.

La visita guiada es otra de las apuestas metodológicas, seleccionándose un elemento patrimonial que permita conocer su modelo de gestión. Posteriormente se trabajará en clase con imágenes de la visita, preguntas, análisis, detección de errores

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

UNIDAD 1 ¿Qué es el Patrimonio Cultural? Evolución del concepto de Patrimonio Histórico y Cultural.

UNIDAD 2 Aspectos básicos de la legislación en materia de Patrimonio Cultural en el ámbito estatal y autonómico

UNIDAD 3 Los valores del Patrimonio Cultural: Identificación y selección

UNIDAD 4 El Patrimonio Cultural como recurso económico y sostenible. Límites a la mercantilización

UNIDAD 5 Las acciones tutelares del Patrimonio Cultural. ¿Qué es la Gestión?

UNIDAD 6 Historia de la Gestión del Patrimonio Cultural en Andalucía. De los Planes Generales de Bienes Culturales a las Industrias Culturales

UNIDAD 7 El Perfil del Gestor Cultural y el papel del profesional del Turismo. Análisis de la gestión de los principales elementos patrimoniales en Europa.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AA.VV.: Difusión del patrimonio histórico. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. 1996

AA.VV.: Proyecto Trashumancia. Turismo Cultural. Análisis y metodología de producción. Logroño, Caja Rioja, 1998

AA.VV.: Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000

AA.VV.: Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea, Sevilla, Diputación Provincial, 1998

BALLART, J.: El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, Barcelona, Ariel, 1997

BALLART, J., y JUAN I TRESERRAS, J.: La gestión del patrimonio cultural, Barcelona, Ariel, 2001

BONET, L., CASTAÑER, X. y FONT, J. (ed.): Gestión de proyectos culturales: análisis de casos, Barcelona, Ariel, 2001

CAMPILLO GARRIGÓS, R.: La gestión y el gestor del Patrimonio Cultural, Murcia, Editorial KR, 1998

COLBERT, F. Y CUADRADO, M.: Marketing de las artes y la cultura. Barcelona, Ariel, 2003

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

BENAVIDES SOLÍS, J.: Diccionario razonado de bienes culturales, Padilla, Sevilla, 1998

BONET, L. (2001). Gestión de proyectos culturales: análisis de casos

CONSEJERÍA DE CULTURA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA: Plan General de Bienes Culturales, s.l

FAIVRE DÁRCIER, B. (1999). Estrategias para una nueva gestión cultural

GARCÍA FERNÁNDEZ, J.: Legislación sobre Patrimonio Histórico, Tecnos, Madrid, 1987

MARTINELL, A. (2001). Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural

MUNILLA CABRILLANA, GLORIA, ROS HIJAR, ADELA (2002) Organización y gestión de



PALACIOS J.L. (1995). Gestión de Equipamientos socioculturales. Teoría y práctica. Ed.

QUEROL, M.ª A. y MARTÍNEZ DÍAZ, B.: La gestión del Patrimonio Arqueológico en España, Alianza

QUESADA LÓPEZ, José Manuel, El patrimonio cultural y su gestión, Madrid UNED,



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	109 (50136) Introducción a la Estadística		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Estadística		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(68) ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep.		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Para las convocatorias ordinarias la evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo a un sistema diversificado. Las técnicas o instrumentos de evaluación que se utilizarán en dichas convocatorias son los siguientes:

- Pruebas escritas: Prueba parcial no eliminatória de consecución de objetivos y examen final de carácter teórico-práctico.
- Cuestionarios de autoevaluación de carácter teórico-práctico.
- Participación activa en las actividades propuestas en las sesiones presenciales.
- Actividades dirigidas.

Componentes de la evaluación en las convocatorias ordinarias:

- 25% para evaluación continua.
- 75% para el examen final.

Componentes de la evaluación para la convocatoria extraordinaria:

- 100% Examen final de carácter teórico-práctico

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente y las actividades formativas, adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior, se han diseñado teniendo en cuenta las competencias que el alumno debe adquirir. Se combinan las técnicas docentes tradicionales, basadas en sesiones académicas en grupos grandes y grupos reducidos, con otras cuyos objetivos principales son la participación activa del estudiante, el fomento de su capacidad de aprendizaje autónomo y el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.
Sesiones académicas en grupos grandes:

Las sesiones académicas en grupos grandes consistirán en clases magistrales en las que el profesor expondrá los contenidos teórico-prácticos básicos de la asignatura. En estas sesiones, el profesor podrá emplear diversos elementos de apoyo a la docencia (pizarra, ordenador y proyector, entre otros). Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de los textos docentes básicos recomendados y, en todo caso, los alumnos deberán acudir a dichos textos para participar en las sesiones y para ampliar los contenidos explicados en las sesiones académicas. Con ello se pretende fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo y su participación activa en el aula.

Sesiones académicas en grupos reducidos:

Las sesiones académicas en grupos reducidos consistirán en la resolución por parte del profesor y de los alumnos de ejercicios prácticos propuestos con antelación, con el objetivo de que el alumno se familiarice con la aplicación de los contenidos expuestos en las sesiones de grupo grande.

Cuando el profesor lo considere oportuno y las instalaciones de la Facultad lo permitan, estas sesiones estarán apoyadas por programas informáticos acordes con la asignatura.



Actividades dirigidas

Aprendizaje de las utilidades básicas de la hoja de cálculo Excel para el análisis descriptivo de datos.

Utilización de la hoja de cálculo para resolver, a nivel individual o de grupo, problemas basados en datos reales obtenidos de fuentes estadísticas oficiales.

Docencia en Red

Los diferentes grupos dispondrán de una asignatura virtual que será utilizada para:

- Informar sobre todo lo relacionado con la asignatura (horarios de tutorías, programación, plazos, etc.).
- Poner a disposición de los alumnos material necesario y/o complementario para el aprendizaje de la asignatura (Relaciones de ejercicios, notas de clases, presentaciones, enlaces Web, etc.).
- Facilitar la comunicación entre los alumnos y el profesor.
- Facilitar la realización virtual de actividades relacionadas con la asignatura, a nivel individual o de grupo.

Tutorías especializadas

Se organizarán sesiones presenciales de tutorías individuales y por grupos para el seguimiento de las actividades propuestas.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: CONCEPTOS BASICOS

Lección 1ª OBSERVACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS

1. Introducción y conceptos básicos.
2. Presentación de los datos: Distribuciones de frecuencias y representaciones gráficas.
3. Fuentes estadísticas oficiales del sector turístico.

BLOQUE TEMÁTICO: ANALISIS DE UNA VARIABLE

Lección 2ª ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE UNA VARIABLE

1. Promedios y medidas de posición.
2. Medidas de dispersión y asimetría.
3. Medidas de desigualdad: Curva de Lorenz e Índice de Gini.
4. Valores atípicos. Diagrama de caja.

Lección 3ª NÚMEROS ÍNDICES

1. Números Índices simples.
2. Tasas de variación
3. Números Índices complejos.
4. Enlace y cambio de base.
5. Índices de precios: IPC, IPCA e IPH.
6. Deflación de una serie de valores monetarios.

BLOQUE TEMÁTICO: ANALISIS DE DOS VARIABLES Y SERIES TEMPORALES

Lección 4ª ANÁLISIS CONJUNTO DE DOS VARIABLES

1. Presentación de los datos.
2. Relación entre variables e Independencia estadística.
3. Asociación entre variables cuantitativas.
 - 3.1. Medidas de asociación lineal: Covarianza y coeficiente de correlación lineal.
 - 3.2. Regresión lineal: Estimación, bondad del ajuste y predicción.

Lección 5ª ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS COMPONENTES DE UNA SERIE TEMPORAL

1. Componentes de una serie temporal.



2. Análisis de la tendencia.
3. Análisis de la estacionalidad
- 3.1. Índices de variación estacional
- 3.2. Eliminación de la componente estacional: Desestacionalización.

OBSERVACIONES

Aunque se proporcione material a través de la asignatura virtual, es importante la asistencia a clase y la consulta de la bibliografía básica, ya que algunos contenidos que se impartan pueden no estar recogidos en su totalidad en el material proporcionado, que será sólo un APOYO para el seguimiento de la asignatura.

El esquema básico para las clases convencionales se apoya en el trabajo previo del alumno. Por ello, se recomienda la siguiente secuencia:-
- Lectura de la información contenida en los manuales propuestos en la bibliografía, en el material docente puesto a disposición en el Campus Virtual y en los materiales complementarios.

- Anotación de reflexiones personales, dudas de conceptos o terminología, etc.

- Asistencia a las clases presenciales y participación activa en las mismas.

- Realización de los ejercicios de aplicación de cada tema.

El profesor aclarará las dudas suscitadas durante el trabajo personal del alumno, tanto en las horas de tutoría que tiene disponibles para esa finalidad como en las clases presenciales, siempre que ello no impida el desarrollo natural de las mismas.

COMPETENCIAS

Capacidad de análisis y síntesis

Comunicación oral y escrita en lengua española

Resolución de problemas

Capacidad de trabajo en equipo

Razonamiento crítico

Compromiso ético

Aprendizaje autónomo

Adaptación a nuevas situaciones

Comprender los principios del turismo: su dimensión estadística. (Competencia específica número 1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT))

Manejo las fuentes estadísticas disponibles. (Competencia específica número 2: Analizar la dimensión económica del turismo(C2 LBGT))

Convertir un problema empírico en un objeto de estudio y análisis y elaborar conclusiones (Competencia específica número 5: (C5 LBGT))

Conocer y aplicar los conceptos básicos de la estadística (Competencia específica número 35)

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Casas Sánchez, J.M. y Santos Peñas, J Introducción a la Estadística para Economía y Administración de Empresas. Ramón Areces, 1995

Consejería de Turismo y Deporte Junta de Andalucía Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía

Fernández Morales, A. y Lacomba Arias, B Técnicas Estadísticas para el Turismo. Ágora, 2003

Freedman, Pisani, Purves y Adhikari Estadística. Bosch, 1991

Gamero Buron C. Introduccion a la Estadistica Empresarial, Copicentro S. L. 9788469192849, Malaga, 2009

Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) ndicadores Económicos de Andalucía

Instituto de Estudios Turísticos Coyuntura Turística Fuentes Estadísticas



Instituto Nacional de Estadística (INE) Boletín Trimestral de Coyuntura

Martín Pliego, F.J Curso práctico de Estadística Económica. AC, 1987

Newbold, P. Cariso, W.L. y Thorne, B. Estadística para Administración y Economía. Prentice Hall. 2008

Parra Lopez, E. y Calero Garcia, F. J. Estadística para Turismo, Mc Graw Hill, Madrid, 2007

Peña, D. y Romo, J. Introducción a la Estadística para las Ciencias Sociales Mc Graw Hill, Madrid, 1997



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	110 (50137) Introducción al Derecho		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Derecho		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(6) DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIAÍSTICO DEL ESTADO Y DERECHO ROMANO (130A) DERECHO CIVIL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La asistencia de los alumnos a clase y su participación activa en la misma es necesaria.

La asignatura se evaluará, en todas las convocatorias, sean ordinarias o extraordinarias, mediante las actividades y trabajos realizados a lo largo del curso(A) y mediante la realización de una prueba final (B), que se celebrará en la fecha que determine el Decanato y que deberán realizar todos los alumnos.

A) Las actividades y trabajos realizados por cada alumno durante el curso representarán el 40% de la calificación final del alumno. Se evaluarán conforme al siguiente detalle:

-resolución de casos prácticos: Se realizarán un mínimo de 6 casos prácticos.

-exposición en clase: Cada alumno realizará al menos 1 exposiciones en clase.

-trabajos del alumno (dictámenes, comentarios de sentencia, estudios doctrinales, etc).

B) La prueba final representa el 60% de la calificación final. Versará sobre todo el programa de la asignatura y constará de dos partes:

-una prueba teórica escrita, de un mínimo de 5 preguntas cortas y una pregunta de desarrollo.

-un caso práctico que el alumno resolverá con ayuda de los textos legales. No se admitirá la asistencia a la prueba con medios electrónicos.

La calificación de la prueba teórica será el 35% de la nota final y la de la prueba práctica el 25%.

Para aprobar la asignatura será necesario obtener un 4 en la prueba teórica.

La prueba final será la misma en todos los grupos.

La presentación a la prueba final agota la convocatoria, con independencia de que el examen se entregue o no. No obstante, las actividades realizadas por el alumno durante el curso y las calificaciones en ellas obtenidas se computarán en la siguiente convocatoria, sin necesidad de que sean realizadas de nuevo.

Las tutorías se llevarán a cabo previa solicitud del alumno vía mail.

Criterios de Corrección:

Se valorarán los conocimientos teóricos, el adecuado empleo de las técnicas de aplicación del Derecho, la capacidad de reflexión y crítica, la argumentación jurídica, la capacidad para el debate y la expresión oral y escrita.

Las calificaciones se publicarán en el campus virtual.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

La asignatura se expondrá mediante clases teóricas acompañadas siempre con ejemplos de fácil comprensión para el alumno. Igualmente, en las clases prácticas, se presentarán supuestos prácticos que complementen la materia explicada en las clases teóricas, para que el alumno busque en las bases de datos y las fuentes, realice ejercicios de comprensión, síntesis del problema y redacción de documentos básicos y soluciones a los mismos.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

I. ORDENAMIENTO JURÍDICO Y FUENTES DEL DERECHO

1. El derecho y el ordenamiento jurídico.
2. Las fuentes del derecho en el ordenamiento jurídico español

II. LA NORMA JURÍDICA.

1. Concepto y estructura.
2. Clases de normas jurídicas.
3. Eficacia de la norma jurídica. La infracción de la norma jurídica.

III. EL SUJETO DE DERECHO.

1. Persona física y persona jurídica. Los estados civiles.
2. La capacidad de la persona física. Menores e incapaces.
3. Las clases de personas jurídicas. Especial referencia a la sociedad.
4. La representación.

IV. EL CONTRATO.

1. Concepto de contrato.
2. Contratos de adhesión. El concepto de consumidor y usuario.
3. Fase de elaboración del contrato: La oferta de contrato. Información y publicidad.
4. El nacimiento del contrato. Requisitos. Contrato y documento. El deber de documentar el contrato.
5. Contenido del contrato. Límites a la voluntad de los contratantes. Las llamadas cláusulas abusivas.

V. CUMPLIMIENTO E INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

1. La eficacia obligatoria del contrato. El desistimiento unilateral y el mutuo disenso.
2. Las garantías.
3. El incumplimiento del contrato. La responsabilidad contractual:
 - Acción de cumplimiento.
 - Resolución del contrato.
 - Indemnización de daños y perjuicios.
 - La exoneración del deudor: caso fortuito y fuerza mayor.

VI. LOS CONFLICTOS ENTRE PARTICULARES.

1. Los modos de solución de conflictos: judiciales y extrajudiciales.
2. El arbitraje.
3. La solución judicial de los conflictos: Nociones sobre el proceso civil. El sistema de recursos.

VII. LA RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL.

1. Concepto y regulación jurídica.
2. Supuestos legales.
3. La responsabilidad civil del empresario.

VIII. TIPOS CONTRACTUALES BÁSICOS.

1. Contrato de compraventa.
2. Contrato de obra y de arrendamiento de servicios.
3. Contrato de depósito.
4. Contrato de mandato.
5. Contrato de préstamo.



6. Contrato de aparcamiento de vehículos.

IX. EL RÉGIMEN JURÍDICO DEL APROVECHAMIENTO POR TURNO DE BIENES INMUEBLES.

1. Introducción.
2. Constitución y duración del régimen.
3. Condiciones de promoción y transmisión.
4. Incumplimiento de servicios y acción de cesación.

X. EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO.

1. Ámbito de aplicación.
2. Obligaciones a cumplir por el organizador o detallista.
3. Derechos del consumidor de un viaje combinado.
4. Régimen de responsabilidad por incumplimiento de las prestaciones.

COMPETENCIAS

Competencias específicas:

1. El alumno deberá conocer y comprender el marco legal que regula el sector turístico, tomando en consideración la legislación que al efecto se les proporcionará.
2. Conocimiento de los conceptos básicos del Derecho: el alumno deberá tomar conciencia de la importancia del Derecho como sistema regulador de las relaciones sociales.
3. El alumno deberá adquirir capacidad para aplicar normas jurídicas a la realidad práctica. Para ello, aprenderá a manejar las fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales) que se le proporcionen, siendo capaz de leer e interpretar adecuadamente los textos jurídicos.
- 4.- El alumno deberá dominar las técnicas informáticas pertinentes para la obtención de información jurídica.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- AA.VV. Curso de Derecho Civil, (Coord. De Pablo Contreras), vols. 1 y 2, Edit. Colex, última edición.
- DÍEZ-PICAZO / GULLÓN BALLESTEROS: Sistema de Derecho Civil, vol. I y vol. II, Edit. Tecnos, Madrid, última edición
- LASARTE ÁLVAREZ, C. Curso de Derecho Civil Patrimonial, Edit. Tecnos, última edición.
- RUIZ-RICO RUIZ / MORENO-TORRES HERRERA (Coord.) Conceptos Básicos de Derecho Civil, Edit. Tirant lo Blanch, Valencia 2011.
- RUIZ-RICO RUIZ / MORENO-TORRES HERRERA (Coord.) Introducción al Derecho Turístico (Adaptado a los nuevos estudios de grado) Edit. Tecnos, Madrid, 2011.
- RUIZ-RICO RUIZ, J.M.: (Coord.) Código de Leyes Civiles, Edit. Tecnos, 2010



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	111 (50138) Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Economía		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ALUMNOS:

a) Tipo, número de pruebas y valoración de las mismas

a.1) Primera convocatoria ordinaria:

a.1.1. Evaluación continua (30% de la calificación final): se valorará la calificación obtenida en dos pruebas parciales que se realizarán a lo largo del curso, así como la entrega y exposición en clase de ejercicios en las clases prácticas.

a.1.1.1) Las pruebas serán tipo test, constando de preguntas tipo teórico y práctico.

En cada prueba se podrá obtener como máximo 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta incorrecta se penalizará con un tercio de la puntuación obtenida por una pregunta válida. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de cada una de las pruebas será de 0 puntos.

Las pruebas tipo test se realizaran fuera del aula, en el tiempo asignado a actividades de evaluación.

a.1.1.2) Además, el alumno deberá trabajar y realizar los ejercicios y cuestiones tipo test propuestos por el profesor para cada lección. En la clase práctica de cada tema, el profesor solicitará a varios alumnos que resuelvan alguno, o algunos, de los ejercicios y cuestiones tipo test propuestos, así como que entreguen la resolución de todos los ejercicios y cuestiones tipo test de la lección correspondiente a la práctica del día.

El profesor valorará con un máximo de 10 puntos, tanto la exposición en clase de los ejercicios y cuestiones tipo test, como la entrega de la resolución de los mismos, a lo largo de todo el cuatrimestre.

a.1.2.) Realización de una prueba final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos (70% de la calificación final).

Descripción de la prueba y sus componentes:

Se realizará una prueba final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. El examen será tipo test, contendrá preguntas de teoría y de ejercicios, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario.

En ella se podrá obtener una calificación máxima de 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada incorrecta se penalizará con un tercio del valor de la pregunta correcta. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de 0 puntos.

Dicha prueba final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con todos los profesores que la impartan. Las preguntas del examen serán propuestas por todos los profesores que impartan la docencia de la asignatura.

La nota final obtenida en la asignatura (NF) se calculará mediante la suma ponderada de las cuatro calificaciones obtenidas a lo largo del curso: la nota obtenida en la primera prueba parcial (N1), que supondrá el 10% de la nota final; la nota obtenida en la segunda prueba parcial (N2), que supondrá el 10% de la nota final; la nota obtenida por la resolución en clase y entrega de ejercicios (N3), que supondrá un 10% de la nota final; y la nota obtenida en el examen final (N4), que supondrá un 70% de la nota final de la asignatura, con lo que: $NF = N1 * 0,1 + N2 * 0,1 + N3 * 0,1 + N4 * 0,7$.

Para superar la asignatura dicha nota final (NF) habrá de ser igual o superior a cinco. No obstante, el alumno que en el examen final haya obtenido una puntuación (N4) superior a dicha nota final teniendo en cuenta la evaluación continua, se le considerará como nota final de la



asignatura la calificación obtenida en dicho examen, valorado sobre diez puntos.

El examen final se realizará en la fecha, hora y lugar programados por el centro.

a.2).Segunda convocatoria ordinaria y convocatoria extraordinaria:

Se realizará una única prueba en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La prueba será tipo test, constará de preguntas de tipo teórico y práctico, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario.

En dicha prueba se podrá obtener un máximo de 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada incorrecta se penalizará con un tercio del valor de la pregunta correcta. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de 0 puntos.

El examen final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con todos los profesores que la impartan. Las preguntas del examen serán propuestas por todos los profesores que impartan la docencia de la asignatura.

Para superar la asignatura el alumno deberá obtener en dicha prueba un mínimo de 5 puntos sobre 10.

b) Criterios de corrección:

La corrección de las pruebas realizadas a lo largo del curso se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria propuesta por lecciones, y las explicaciones de clase.

Las pruebas se corregirán por los profesores que imparten la asignatura. El acta será firmada por el coordinador de la asignatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍA PEDAGÓGICA:

1. Clases presenciales teóricas y prácticas (30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno):

1a) Clases teóricas (24 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): en las que se expondrán los conceptos básicos de Economía referidos al programa.

Con la información adquirida en las clases presenciales, los guiones de los temas, la bibliografía recomendada y el material disponible en la plataforma, los alumnos elaborarán de forma individual o colectiva, bajo la supervisión y orientación del profesor, los contenidos objeto de examen.

1b) Clases prácticas (6 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): constarán de actividades prácticas en el aula, en las que se realizarán ejercicios analíticos, numéricos y cuestiones tipo test. Al inicio de la docencia de cada lección, se pondrá a disposición de los alumnos una guía de los objetivos, así como los ejercicios y las cuestiones tipo test propuestas para cada una de las lecciones.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno (60% de los créditos ECTS):

2a) Actividades prácticas no presenciales:

Realización de ejercicios disponibles para los alumnos en la plataforma de enseñanza virtual.

Realización de cuestionarios disponibles para los alumnos en la plataforma de enseñanza virtual.

2b) Estudio y lectura.

2c) Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con la asignatura.

2d) Actividades completarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios y jornadas, relativos a los contenidos de la asignatura.

Visita a centros de interés para el turismo. Asistencia a charlas complementarias de expertos en Turismo.



CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 1ª

Lección 1ª.- Competencia perfecta y la curva de oferta.

1. Resumen y objetivos.
2. Competencia perfecta.
3. Producción y beneficio.
4. La curva de oferta de la industria.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 2ª

Lección 2ª.- Monopolio.

1. Resumen y objetivos.
2. Tipos de estructura de mercado.
3. El significado del monopolio.
4. Como maximiza el beneficio un monopolio.
5. Monopolio y política económica.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 3ª

Lección 3ª.- Oligopolio, competencia monopolística y diferenciación del mercado.

1. Resumen y objetivos.
2. El oligopolio.
3. El oligopolio en el mundo real.
4. La competencia monopolística.
5. Diferenciación del producto.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 4ª

Lección 4ª.- Comercio internacional.

1. Resumen y objetivos.
2. Ventaja comparativa y comercio internacional.
3. Oferta, demanda y comercio internacional.
4. Los efectos de las barreras al comercio.
5. La economía política de las barreras al comercio.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 5ª

Lección 5ª.- Macroeconomía: una visión global.

1. Resumen y objetivos.
2. Microeconomía y Macroeconomía.
3. El ciclo económico.
4. Inflación y deflación.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 6ª

Lección 6ª.- Evaluar la Macroeconomía.

1. Resumen y objetivos.
2. La contabilidad nacional.
3. El PIB real y la producción agregada.
4. La tasa de desempleo.
5. Los índices de precios y el nivel agregado de precios.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 7ª

Lección 7ª.- La oferta y la demanda agregadas.

1. Resumen y objetivos.
2. La oferta agregada.
3. La demanda agregada y el multiplicador.
4. El modelo oferta agregada-demanda agregada.
5. Políticas macroeconómicas.



COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES.

C.1. Comprender los principios del turismo: su dimensión económica (C1 LBGT):

- C. 1.1. Conocer los conceptos económicos básicos de los mercados competitivos.
- C.1.2. Conocer los conceptos económicos básicos de los mercados no competitivos.
- C.1.3. Comprender los determinantes de la competitividad de las empresas turísticas.
- C.1.4. Conocer la importancia de la diferenciación de producto para la competitividad en el turismo.
- C.1.5. Conocer los principios de la macroeconomía.

C.2. Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)

- C.2.1. Identificar y valorar la dimensión microeconómica y macroeconómica del turismo.
- C.2.2. Identificar el papel del turismo en las relaciones económicas internacionales.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Lección 1ª:

Conocer el significado de la competencia perfecta y las características de una industria perfectamente competitiva.

Conocer la diferencia entre beneficio contable y beneficio económico, y por qué hay que basarse en el beneficio económico, y no en el contable, para tomar decisiones.

Conocer cómo decide un productor precio-aceptante la cantidad de producción que debe producir para maximizar beneficios.

Conocer por qué una empresa que no tiene beneficios puede continuar produciendo a corto plazo.

Conocer los determinantes de la curva de oferta de la industria a corto y a largo plazo.

Lección 2ª:

Comprender el significado de monopolio y cómo un monopolista determina el nivel de producción y el precio que maximiza su beneficio.

Diferenciar entre monopolio y competencia perfecta.

Conocer la importancia de la discriminación de precios.

Lección 3ª:

Comprender el significado del oligopolio y las causas de su existencia.

Conocimiento de la teoría de juegos, para comprender mejor el oligopolio.

Conocer y comprender el comportamiento de los oligopolios en el mundo real.

Comprender como se determinan los precios y los beneficios a corto y a largo plazo en competencia monopolística y porqué diferencian sus productos.

Comprender el significado económico de la publicidad y de las marcas comerciales.

Lección 4ª:

Conocer el origen de la ventaja comparativa internacional.

Comprender el funcionamiento del comercio internacional.

Identificar y valorar el papel de los acuerdos comerciales internacionales y de las políticas proteccionistas en el comercio internacional.

Lección 5ª:



Identificar y diferenciar la macroeconomía de la microeconomía.

Valorar la importancia del ciclo económico.

Conocer los conceptos de inflación y deflación.

Lección 6ª:

Conocer cómo se utilizan los índices agregados para valorar la actividad económica.

Conocer el PIB y sus tres métodos de cálculo.

Distinguir entre el PIB real y el PIB nominal.

Comprender el significado de la tasa de desempleo, el índice de precios y la tasa de inflación.

Lección 7ª:

Conocer la curva de oferta y demanda agregada y diferente comportamiento a corto y largo plazo.

Conocer y comprender el funcionamiento del modelo oferta-demanda agregada

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

A. TEORIA

A1 KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Para continuar el estudio y revisar los conceptos expuestos en el texto anterior, puede visitar la página Web de Krugman/Wells/Olney donde encontrará ejercicios, guías didácticas interactivas y enlaces útiles:

A2 Web de Krugman/Wells/Olney [www. worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney)

B. PRACTICAS

B1 CARRASCO, A. y otros Cuestiones tipo test de Introducción a la Economía. E Prentice-Hall. 2004

B2 CASTEJÓN, R. y otros Introducción a la Economía para turismo. Casos prácticos y ejercicios. Prentice-Hall. 2003

B3 GRACIA, E. y otros Cuestiones tipo test de microeconomía intermedia. Prentice-Hall 2004

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

A. BIBLIOGRAFIA POR TEMAS

A1. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.11.

Bloques temáticos: Lección 1ª

A.2. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.12.

Bloques temáticos: Lección 2ª

A.3. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.13.

Bloques temáticos: Lección 3ª

A.4. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.14.

Bloques temáticos: Lección 4ª

A.5. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.15.

Bloques temáticos: Lección 5ª

A.6. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.16.

Bloques temáticos: Lección 6ª

A.7. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M. Fundamentos de Economía. Reverté 2008. Cap.17 y 18..

Bloques temáticos: Lección 7ª

B. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

B.01 STIGLITZ, J. E.: Microeconomía. ARIEL 2009



- B.11. STIGLITZ, J. E.: Macroeconomía. ARIEL 2004
- B.12 MANKIW, N. G. Principios de Economía (4ª edición). THOMSON PARANIFNO, S.A. 2007
- B.13. AHIJADO, M. y otros Preguntas de tipo test de respuestas múltiples para acompañar a microeconomía. RAMON ARECES 1995
- B.14. BARBER, W. J. Historia del pensamiento económico. ALIANZA 1988
- B.15. BAUMOL, W. J. Mercados perfectos y virtud natural. CELESTE 1993
- B.16. BREIT, W. y SPENCER, R. W. Mi vida como economista. Diez premios nobeles. CELESTE 1990
- B.17. CASTEJÓN, R. y otros Introducción a la Economía para turismo. PRENTICE-HALL 2002
- B.18. CONGREGADO, E. y otros Microeconomía. Cuestiones y problemas resueltos. PRENTICE-HALL 2002
- B.19. COOPER, CH. y otros Tourism: Principles & Practice. LOGMAN 1993
- B.20. COUGHLIN, C. C. The controversy over free trade. Federal Rserve Bank of St. Louis. Enero- Febrero. 2002
- B.21 DEHESA, G. de la Comprender la globalización. ALIANZA 2000
- B.22 ECONOMIST, THE Guía de los indicadores económicos. EDICIONES DEL PRADO 1993
- B.23 ECONOMIST, THE La guía de los números. EDICIONES DEL PRADO 1992
- B.24 ESCRIBÁ, F. J. y otros Introducción práctica a la economía. MCGRAW HILL 1994
- B.25 FRANK, R. H. Microeconomía y conducta. MCGRAW HILL 1992
- B.26 GARCIA PARDO, J. y M. SEBASTIAN Ejercicios de introducción a la microeconomía. MCGRAW HILL 1999
- B.27 GIMENO, J. A. y J. M. GUIROLA Introducción a la economía. Libro de prácticas: Microeconomía. MCGRAW HILL 1999
- B.28 GONZALEZ, L. Ejercicios de microeconomía: Mercados competitivos. CIVITAS 1994
- B.29 JAMES, H. El fin de la globalización. 2003
- B.30 KATZ, M. L. y ROSEN, H. L. Microeconomía. ADDISON WESLEY 1994
- B.31 KRUGMAN, P. y WELLS, R.: Introducción a la economía. Microeconomía. REVERTÉ 2006
- B.32 LAIDLER, D. y ESTRÍN, S. Microeconomía. BOSCH 1989
- B.33 LIPSEY, R. G. Introducción a la economía positiva. VICENS VIVES 1989
- B.34 MADDISON, A. Historia del desarrollo capitalista. Sus fuerzas dinámicas. Ariel 1991 ARIEL 1991
- B.35 MUÑOZ, C. Las cuentas de la nación. CIVITAS 2000
- B.36 NICHOLSON, W. Microeconomía intermedia y sus aplicaciones. MCGRAW HILL 2001



- B.37 ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO Introducción al turismo. 1998
- B.38 PINDYCK, R. S. y RUBINFELD, D. L. Microeconomía. PRENTICE HALL 2001
- B.39 QUEVEDO, J. La organización estadística del turismo: La Cuenta Satélite de Turismo. Escuela Universitaria de Turismo 2000
- B.40 SALVATORE, D. Microeconomía. MCGRAW HILL 1996
- B.41 SCHILLER, B. R. Principios esenciales de economía. MCGRAW HILL 1994
- B.42 SLOMAN, J. Introducción a la microeconomía. 3ª ed. PRENTICE HALL 1997
- B.43 STIGLITZ, J. E. El malestar en la globalización TAURUS 2003
- B.44 STIGLITZ, J. E. Information and the change in the paradigm in economics. American Economic Review. Vol. 92. Nº 3. June. 2002 2002
- B.45 SZENBERG, M. (Ed.) Grandes economistas de hoy. GALAXIA GUTEMBERG 1992
- B.46 TUGORES, J. Economía internacional. Globalización e integración regional. 4ª ed. MCGRAW HILL 1997
- B.47 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS EGATUR, NOTA DE COYUNTURA DICIEMBRE 2009. <http://www.iet.tourspain.es>. 2009
<http://www.iet.tourspain.es>
- B.48 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS FAMILITUR, NOTA DE COYUNTURA DICIEMBRE 2009. <http://www.iet.tourspain.es>. 2009
- B.49 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA CUARTO TRIMESTRE DE 2009. <http://www.ine.es>. 2009
- B.50 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA CONTABILIDAD NACIONAL. INE. <http://www.ine.es>.
- C. ENLACES DE INTERES
- C.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) <http://www.unwto.org/index.php>
- C.11 EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC) <http://www.etc-corporate.org/>
- C.12 WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) <http://www.wttc.org/>
- C.13 SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO <http://www.mcx.es/>
- C.14 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>
- C.15 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) <http://www.ine.es/>
- C.16 INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (INC) <http://www.consumo-inc.es/>
- C.17 CONSEJERÍA DE TURISMO <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>
- C.18 TURISMO ANDALUZ <http://www.turismoandaluz.com/>
- C.19 INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/>



C.20 ESTADÍSTICAS DEL TURISMO PARA ANDALUCÍA

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/investigador/comun/estadisticasInicio.jsp>

C.21 EXCELTUR Alianza para la excelencia turística. <http://www.exceltur.org/>

C.22 HOSTELTUR <http://www.hosteltur.com/>

C.23. ANDALUCÍA TURISMO DIGITAL <http://www.andaluciaturismodigital.com/>

C.23 PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020. <http://www.turismo2020.es/>

C.25 DAILY NEWS FOR THE INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY. <http://www.traveldailynews.com/>



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	201 (50139) Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Empresa		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

A lo largo del curso se celebrará un único examen, en la fecha establecida, la cual no podrá ser alterada, salvo por indicación expresa de la Dirección de la Escuela. Para la superación de la asignatura el alumno deberá obtener un mínimo de un 5 sobre 10 en el examen final o su equivalente en otras escalas, y tener registrada la elaboración de todas las prácticas propuestas mediante el Campus Virtual.

La distribución del peso de la nota final en la primera convocatoria ordinaria será:

El 80% de la nota estará compuesta por el examen final.

El 20% restante por las prácticas del curso académico al que pertenezca la convocatoria.

Para la segunda convocatoria ordinaria de la asignatura (septiembre) y extraordinarias, la nota será íntegramente la que se obtenga en el examen, sin tener en cuenta la calificación de las prácticas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teóricas: Desarrollo de clases magistrales para la impartición de conceptos teóricos y prácticos.

Clases prácticas: Se potenciará especialmente la participación del alumno a través de la discusión de artículos, casos prácticos relacionados con los temas de la asignatura y con el trabajo en grupo. Las clases prácticas incluirán la realización de ejercicios de autoevaluación y prácticas en el aula de informática.

Medios didácticos: La docencia de la asignatura se apoyará en los recursos del Campus Virtual de la Universidad de Málaga. Igualmente se hará uso de todos los materiales del aula y de las instalaciones informáticas.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

1. Teorías sobre la administración. Su influencia sobre la gestión de personal.
2. La función de administración de recursos humanos en las organizaciones.
3. El departamento de recursos humanos en la actual empresa turística.

Lección 2ª LA PLANIFICACIÓN Y PROVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

1. La planificación de recursos humanos en la empresa turística
2. Análisis y diseño de puestos de trabajo
3. Reclutamiento de personal.
4. El proceso de selección.

Lección 3ª INCORPORACIÓN Y GESTIÓN DE CARRERA PROFESIONAL:



- 1.La incorporación a la empresa. Problemas que pueden plantearse durante la incorporación.
 - 2.Integración y socialización del empleado.
 - 3.Concepto e importancia de la carrera profesional
 - 4.Planificación y desarrollo de la carrera profesional.
- Lección 4ª LA FORMACIÓN:
- 1.Concepto e importancia de la formación.
 - 2.Formación reglada y formación continua en la empresa.
 - 3.Marco jurídico de la formación en la empresa.
 - 4.Métodos de formación.
 - 5.La formación en el sector turístico.
- Lección 5ª LA EVALUACIÓN DEL PERSONAL:
- 1.La evaluación del personal: concepto y objetivos.
 - 2.Responsabilidad de la evaluación del personal.
 - 3.Métodos de evaluación del personal.
 - 4.Errores a evitar en la evaluación del personal.
- Lección 6ª VALORACIÓN DE TAREAS:
- 1.Definición y objetivos de la valoración de puestos de trabajo.
 - 2.Programa de valoración de puestos de trabajo.
 - 3.Método de jerarquización.
 - 4.Método de clasificación.
 - 5.Método de comparación de factores.
 - 6.Método de valoración por puntos.
- Lección 7ª ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS:
- 1.El salario: definición y contenido.
 - 2.Tipos de incentivos.
 - 3.Factores a considerar en la determinación de salarios.
 - 4.Marco legal regulador de los niveles retributivos.
- Lección 8ª EL CONTROL Y LAS ESTADÍSTICAS DE PERSONAL:
- 1.El control de la gestión de los recursos humanos.
 - 2.Control de las remuneraciones.
 - 3.Control de presencia y desplazamientos.
 - 4.Control de la formación.
- Lección 9ª LA GESTIÓN ACTUAL DE LOS RECURSOS HUMANOS Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL::
- 1.Gestión estratégica de los recursos humanos.
 - 2.Gestión flexible de los recursos humanos.
 - 3.Gestión de calidad a través de los recursos humanos.
 - 4.Gestión internacional de los recursos humanos.
 - 5.Concepto y elementos de la cultura empresarial. Especial referencia a la responsabilidad social de la empresa en pro de una cultura de la paz y los valores democráticos.

COMPETENCIAS

- Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas
- Conocer la función de administración del personal en las empresas turísticas.
- Conocer las técnicas de gestión de personal que ayudan a optimizar la contribución del capital humano en las organizaciones turísticas.
- Conocer la influencia de la cultura organizativa y del entorno en la evolución de las organizaciones.
- Conocer la influencia positiva que una cultura de la paz y los valores democráticos compartida por los miembros de la empresa ejerce sobre la correcta administración de los recursos humanos.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- GASPAR , A.I.:MARTIN ROJO (2010) Administracion de recursos humanos en las empresas turisticas.Piramide.2009.
- ARROYO, L.M.: La carrera administrativa de los funcionarios públicos. , Tirant lo Blanch 0
- BARRANCO, J.B.: Planificación estratégica de los recursos humanos. Del Marketing interno a la planificación. , Pirámide 1993
- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA: 0
- BYARS, LL. y RUE, L.: Administración de recursos humanos. Irwin, 4ª edic., , 1996
- CHIAVENATO, I. : Administración de recursos humanos. , 5ª edic., Santafé de Bogotá, Edit. McGraw-Hill 1999
- CLAVER, E., GASCÓ, J.L. Y TAVERNER, J.: Los recursos humanos en la empresa: un enfoque 0
- DESSLER, G. : Administración de personal. , 4ª edic. México, Edit. Prentice Hall 1991
- FERNÁNDEZ RÍOS, M.: Análisis y descripción de puestos de trabajo. Díaz de Santos, , 1995
- LAPIERRE, C. : Valoración de puestos de trabajo. Edit. Deusto, Bilbao, 3ª edic. 1966
- LLOYD, L. y LESLIE, W.: Gestión de recursos humanos. IRWIN, , 1995
- LOUART, P.: Gestión de los recursos humanos. Eyrolles, París, 1994
- MARTÍN ROJO, I: _Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. . 3ª EDICIÓN, 2004
- MILKOVICH, G. y BOUDREAU, J.: Dirección y administración de recursos humanos. , Wilmington, Delaware, U.S.A., Addison-Wesley 1994
- MONDY, R. W. y NOE, R. M.: Administración de recursos humanos. , México, Prentice-Hall 1997
- PUCHOL, L.: Dirección y gestión de recursos humanos. Díaz de Santos, , 1997
- RECIO FIGUEIRAS, E.M.: La planificación de los recursos humanos en la empresa. , Hispano Europea 1980
- VALLE CABRERA, R: La gestión estratégica de los recursos humanos. , Wilmington, Delaware E.U.A., Addison-Wesley 1995
- WERTHER, W. y DAVIS, K.: Administración de personal y recursos humanos. , México, Edit. Mc.Graw-Hill 1995
, 1994

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALCAIDE, M; GONZÁLEZ, M. y FLOREZ, I: Mercado de trabajo, reclutamiento y formación en España. , Pirámide 1996
directivo. Edit. Civitas, , 1995
- DOLAN, S.; SCHULER, R. S. y VALLE, R.: La gestión de los recursos humanos. , McGraw-Hill 1999
Fé de Bogotá. 1994
- GÓMEZ-MEJÍA, L.R; BALKIN, D.B Y CARDY, R.L: Gestión de recursos humanos. , Prentice-Hall 1997
- McCONNELL, C.R Y BRUE, S.L: Economía laboral. , McGraw-Hill 1997
- ORDOÑEZ ORDONEZ, M.: La nueva gestión de los recursos humanos. , Edit. Gestión 2000 y Aedipe 1995
- PEÑA BAZTÁN, M.: Dirección de personal. Organización y técnicas. , 6ª edic. , Edit. Hispano Europea 1993
- VARGAS MUÑOZ, N. R. : Administración moderna de sueldos y salarios. , Santa Edit. McGraw-Hill 0



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	202 (50140) Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Geografía		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA (10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación final se realizará a partir de:

A) SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA (asistencia a clase obligatoria).

- La elaboración de un diagnóstico turístico-territorial que supondrá el 70% de la nota final. Para aprobar la asignatura deberá aprobarse parcialmente la primera parte del trabajo con una nota superior a un 5 (diagnóstico territorial) y la segunda parte del trabajo con una nota superior a un 5 (diagnóstico turístico). La nota final del trabajo será la media de las dos partes una vez aprobada cada una de ellas de manera individualizada.

- Elaboración de un cuestionario de evaluación individual para cada bloque temático de obligada realización en clase los días fijados para tal. Esta prueba aportará un máximo del 20% (2 puntos) de la calificación final. Para aprobar la asignatura todos los cuestionarios deben estar aprobados con una nota superior a un 6.

- Elaboración de trabajos prácticos para cada uno de los bloques temáticos hasta un total de 5, que supondrán un 10% de la nota final (1 punto) y que son de obligada entrega y elaboración en clase los días fijados para tal.

B) SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL (no asistencia a clase o asistencia a clase no continuada)

- La elaboración de un diagnóstico turístico-territorial que supondrá el 70% de la nota final. Para aprobar la asignatura deberá aprobarse parcialmente la primera parte del trabajo con una nota superior a un 5 (diagnóstico territorial) y la segunda parte del trabajo con una nota superior a un 5 (diagnóstico turístico). La nota final del trabajo será la media de las dos partes una vez aprobada cada una de ellas de manera individualizada.

- Elaboración de un cuestionario de evaluación de los contenidos de todos los bloques temáticos. Esta prueba aportará un máximo del 30% (3 puntos) de la calificación final. Para aprobar la asignatura el cuestionario debe estar aprobado con una nota superior a un 6.

En los Criterios de corrección, se tendrá en cuenta una exposición clara de los contenidos de la asignatura, además de la capacidad del alumno de interrelacionar los distintos fenómenos territoriales que se dan en el espacio para su posterior inventario, ordenación y gestión.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente incluye sesiones de clases teóricas, clases prácticas y un seguimiento de las actividades prácticas no presenciales.

Clases teóricas.

Para cada tema, el profesor expondrá los contenidos principales con apoyo de material audiovisual, discusión de documentos y textos complementarios.

En la plataforma de enseñanza virtual se publicará un guión con los contenidos básicos de cada uno de los temas.

Actividades prácticas en el aula

Las sesiones prácticas serán utilizadas para orientar al estudiante en la elaboración individual o por medio de grupos de trabajo, de un diagnóstico Turístico-Territorial. Dichas sesiones prácticas se utilizarán para:

- Búsqueda de fuentes de información en Internet.

- Análisis e interpretación de información espacial, material gráfico y cartográfico.

Actividades prácticas no presenciales



- Lecturas obligatorias.
- Realización de un diagnóstico turístico-territorial.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: LOS PRINCIPIOS DEL ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO

TEMA 1. La dimensión espacial del turismo.

TEMA 2. Los principios de la sostenibilidad en los destinos turísticos.

BLOQUE TEMÁTICO: BASES PARA LA REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ESPACIAL

TEMA 3. El análisis geográfico regional aplicado a los destinos turísticos.

TEMA 4. La información territorial y su representación.

BLOQUE TEMÁTICO: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

TEMA 5. Análisis del medio físico.

TEMA 6. Análisis del medio socioeconómico.

BLOQUE TEMÁTICO: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO

TEMA 7. Análisis de la oferta turística.

TEMA 8. Análisis de la demanda turística.

TEMA 9. Análisis de las políticas turísticas.

COMPETENCIAS

Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.

o Conocer los principios generales de la sostenibilidad turística.

Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación

o Conocer el medio en sus vertientes física y humana.

o Conocer las herramientas para evaluar el aprovechamiento turístico de un recurso.

o Conocer las formas de intervención que favorecen el uso turístico de un recurso y evitar el deterioro del territorio.

o Conocer las principales tendencias, dinámicas, paradigmas y conflictos observados en la evolución reciente de la actividad turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ALONSO, J. Geografía turística: general y de España. Centro de estudios Ramón Areces 2004

ANTÓN CLAVÉ (Coord.) Planificación territorial del turismo. UOC 2005

BESANCENOT, J.P. Clima y Turismo. Masson 1991

CROSBY PEREA, ARTURO Desarrollo turístico sostenible en el medio rural. CEFAT 1993

ECOMEDITERRANEA Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local. BRAU 1998

GUNN, CLARE, A. Tourism Planning. Basics concepts cases. Taylor & Francis. 1993

LENO CERRO Técnicas de evaluación del potencial turístico. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo 1993

LOPEZ OLIVARES, D La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Universidad Jaume I. 1998

LUQUE GIL, A., NAVARRO JURADO, E. "Guía para el análisis de los recursos territoriales turísticos"

MACINTOSH, R., GOELDNER, CH y RITCHIE, J.R. Turismo. Planeación, administración y perspectivas Limusa 1999

PEARCE, D. Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica. Trillas 1988

VERA (coord), LOPEZ PALOMEQUE, MARCHENA GOMEZ y ANTON CLAVE (1997) Análisis territorial del turismo Edt. Ariel. Barcelona

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

AGUILERA ARILLA, M.J. y otros Geografía General II (Geografía Humana). UNED 2006

Bloques temáticos: LOS PRINCIPIOS DEL ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO

ALVAREZ CUERVO Jerarquización de los recursos turísticos Estudios turísticos 1987

Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO



- ALVAREZ CUERVO, R. Principios de investigación del mercado turístico Corditur 2004
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- BARRAGAN MUÑOZ Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral. Oikos-Tau 1993
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- BIELZA DE ORY (ed.) Geografía General. (Tomo II: Geografía Humana). Taurus 1992
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- BLASCO PERIS, A. Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y las sociedades de acogida. Zarza de escuelas de turismo 2006
Bloques temáticos: LOS PRINCIPIOS DEL ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO
- CROSBY, A (dir) Interpretación ambiental y Turismo Rural. CEFAT 1994
Bloques temáticos: LOS PRINCIPIOS DEL ANÁLISIS TERRITORIAL DEL TURISMO
- DEL CANTO FRESNO, C. ET ALII Trabajos prácticos de Geografía Humana. Síntesis 1998
Bloques temáticos: BASES PARA LA REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ESPACIAL
- DOLLFUS, O. El análisis geográfico Oikos-Tau 1978
Bloques temáticos: BASES PARA LA REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ESPACIAL
- GALLEGO, J. et alii Análisis empírico de la demanda turística Centro de Estudios Ramón Areces 2003
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- GOBIERNO VASCO Inventario de Recursos Turístico Gobierno Vasco 1997
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- IGLESIAS I MILLAN, J.A.): Técnicas de investigación aplicadas al sector turístico Síntesis 2001
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- IGLESIAS TOVAR, J.R. Comercialización de productos y servicios turísticos Síntesis 1995
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- JURADO RIVAS, J.C; GRANADOS CLAVER, M y SÁNCHEZ MARTÍN, J.M. SIGTUREX: Diseño de un SIG aplicado al análisis turístico de Extremadura" Universidad de Málaga 1999
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- LENO CERRO Técnicas de evaluación del potencial turístico Ministerio de Industria, Turismo y Comercio 1993
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- LORENTE DE LAS CASAS, A. et alii): Economía y turismo. Prácticas McGraw-Hill 2005
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- OCAÑA OCAÑA, C., GARCÍA MANRIQUE, E. El territorio andaluz Ágora 1990
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- PERLES ROSELLÓ, M.J., MÉRIDA RODRÍGUEZ, M. El medio físico andaluz. El relieve Sarriá 2000
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- PUYOL, R. Geografía Humana Cátedra 1992
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- REQUES VELASCO, P. Geodemografía. Fundamentos conceptuales y metodológicos. Universidad de Cantabria 2006
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, R. et alii El medio físico andaluz: clima, vegetación y aguas. Sarriá 1999
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- SALVAT, SEDO, MAGRINYA y OLMOS Evaluación del potencial turístico: las montañas de Prades Universidad Rovira i Virgili 1998
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO
- SANTOS PRECIADO, J.M., BORDERÍAS URIBEONDO, M.P. Introducción al análisis medioambiental de un territorio UNED 2002
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- SOCIEDAD MALAGUEÑA DE CIENCIAS (1995) Informe sobre la sequía y la gestión de los recursos hídricos en Málaga Séptima 1995
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA
- ZÁRATE MARTÍN, M. y RUBIO BENITO, M.T. Geografía Humana: sociedad, economía y territorio Centro de Estudios Ramón Areces 2005
Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA



ZÁRATE MARTÍN, M. y RUBIO BENITO, M.T. Glosario y prácticas de Geografía Humana. Centro de Estudios Ramón Areces 2006

Bloques temáticos: DIAGNÓSTICO TERRITORIAL: ANÁLISIS DEL TERRITORIO COMO SOPORTE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	203 (50141) Gestión de Bases de Datos del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar	Tipo de prueba*	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
Prácticas en aulas de informática/laboratorio	Ejercicios prácticos	10	20%
Actividades complementarias	Ejercicios prácticos	4	10%
TOTAL CALIFICACION			30%

* Tipo de prueba: examen de teoría, examen de ejercicios, pruebas tipo test, exposición de trabajos (individuales o en grupo), etc.

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. (máximo 80% de la calificación final)

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba individual.

Componente de la calificación final: 70%

Constará de dos partes:

a) Un test que representa el 20% de la calificación final en la que se deberá demostrar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la asignatura.

b) Una prueba práctica que representa un 50% de la calificación total en la que se deberán resolver casos usando el ordenador. Para valorar la prueba práctica se deberá obtener en el test del apartado a un mínimo del 40% de la calificación.

b) Criterios de corrección

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización en las tareas y ejercicios prácticos. Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación	
Evaluación continua	3	Mínimo 2 puntos sobre un total de 10
Prueba individual	7	Máximo 8 puntos sobre un total de 10
TOTAL CALIFICACION	10	Máximo 10 puntos



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se llevarán a cabo dos tipos de actividades principales:

Clases presenciales teóricas y prácticas:

Clases teóricas: Explicación detallada del temario, casos prácticos y de los ejercicios propuestos por los profesores de la asignatura. Para el desarrollo de estas clases se utilizarán material audiovisual y en los equipos del aula de informática.

Clases prácticas: Realización, en las aulas de informática, de prácticas que hagan comprender con ejemplos las aplicaciones de las bases de datos al sector turístico. Se propondrán a lo largo de todo el curso un conjunto de tareas que se deberán resolver y entregar en clase.

Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno:

Se propondrán tareas a resolver como complemento a las clases presenciales, con el objetivo de reforzar los conocimientos de la materia.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Gestión de bases de datos del turismo

1. Introducción a los sistemas de gestión de bases de datos.
2. Diseño de bases de datos. Formatos. Restricciones
3. Utilización de bases de datos. Consultas. Formularios. Informes
4. Aplicaciones de bases de datos al turismo. Intercambio de información entre bases de datos y otras aplicaciones ofimáticas e informáticas de gestión.
5. Introducción a las bases de datos espaciales aplicadas al turismo.

COMPETENCIAS

Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (C24 LBGT):

- Conocer los principios de los sistemas de gestión de bases de datos relacionales y sus principales componentes.
- Comprender la utilidad de las bases de datos para la gestión y planificación turística.
- Conocer los principios básicos de las bases de datos espaciales aplicadas al turismo.
- Saber aplicar las tecnologías de bases de datos para la organización y estructuración de la información en casos prácticos de turismo.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- A. SILBERSCHATZ y otros Fundamentos de bases de datos. McGraw-Hill 2006
- C. PÉREZ LOPEZ Domine Access 2007. Ra-Ma 2009
- D. COMAS, E. RUIZ. Fundamentos de los sistemas de información geográfica. Ariel 1993
- Guevara, A. et. al. Sistemas Informáticos aplicados al Turismo. Pirámide 2009
- J. VIESCAS, J. CONRAD. El libro de Access 2007. Anaya Multimedia 2008
- J.M. SANTOS PRECIADO Los sistemas de información geográfica. UNED 2002
- L. GRAU, I. LÓPEZ Problemas de bases de datos. Sanz y Torres 2006
- S. ERLE, R. GIBSON. Google Maps hacks. O'Reilly [Recurso electrónico] 2006
- S. LAMBERT y otros Access 2007: paso a paso. Anaya Multimedia 2007
- V. ANDERSEN Microsoft office Access 2007 : paso a paso. Mc Graw-Hill 2007



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	204 (50142) Indicadores Económicos del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Indicadores económicos del turismo		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de universidad: indicadores económicos del turismo		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

1.) Tipo, número de pruebas y valoración de las mismas.

1.a) Primera convocatoria ordinaria:

Para la evaluación final de la asignatura se tendrán en cuenta los siguientes factores: realización de dos pruebas parciales, realización de ejercicios en las clases prácticas y un examen de conocimiento final.

a) Las pruebas de carácter parcial son obligatorias y se realizarán fuera de horario de clase, aproximadamente en torno a las semanas 7-8 (sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en los temas 1 y 2) y entre las semanas 13 y 14 (sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en los temas 3 y 4). Las pruebas parciales serán de tipo test y cada una de ellas tiene una ponderación de un 10% de la nota final.

b) Los ejercicios realizados en las clases prácticas se valoran en un 10% de la nota final.

c) El examen final incluirá todo el contenido de la asignatura y tendrá una valoración del 70%. Constará de preguntas tipo test y ejercicios.

En las preguntas tipo test cada respuesta incorrecta se penalizará con un tercio de la puntuación obtenida por una respuesta correcta. Cada pregunta sin responder sumará cero puntos.

La nota final obtenida en la asignatura se calculará mediante la suma ponderada de las cuatro calificaciones obtenidas a lo largo del curso: la nota obtenida en la primera prueba parcial (10%), la nota obtenida en la segunda prueba parcial (10%), la nota obtenida en los ejercicios realizados en las clases prácticas (10%) y, por último, la nota obtenida en el examen final (70%).

Para superar la asignatura la nota final habrá de ser igual o superior a cinco puntos sobre diez. No obstante, el alumno que en el examen final haya obtenido una puntuación superior a la nota final calculada de acuerdo con la evaluación continua, se considerará como nota final de la asignatura la calificación obtenida en dicho examen, valorado sobre diez puntos.

1.b) Segunda convocatoria ordinaria y convocatoria extraordinaria:

Se realizará una única prueba en la que se valorará los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La prueba constará de preguntas tipo test y de ejercicios, y versará sobre la totalidad del temario de la signatura.

En dicha prueba se podrá obtener un máximo de 10 puntos. En las preguntas tipo test cada respuesta incorrecta se penalizará con un tercio de

Para superar la asignatura el alumno deberá obtener en dichas pruebas un mínimo de 5 puntos sobre 10.

2.) Criterios de corrección.

Los exámenes y pruebas se confeccionarán por el coordinador de la asignatura en colaboración con todos los profesores que la imparten.

La corrección de dichas pruebas se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria propuesta por temas, así como las explicaciones de clase.

Las pruebas se corregirán por los profesores que imparten la asignatura. El acta será firmada por el coordinador de la asignatura.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología a seguir en la docencia de la asignatura, adaptada al espacio Europeo de Educación Superior, constará de un 30% de docencia presencial en el aula, es decir, 45 horas; un 60%, es decir, 90 horas para el trabajo personal del alumno; y un 10%, es decir, 15 horas para tutorías colectivas e individuales y evaluación.

Durante la docencia presencial el alumno asistirá tanto a clases en grupos grandes, donde el profesor expondrá el contenido teórico del temario, como a clases en grupos pequeños, donde el alumno con la ayuda del profesor resolverá una serie de problemas propuestos en cada tema.

Con carácter previo a la exposición de los contenidos en el grupo grande el profesor pondrá a disposición de los alumnos todo el material necesario de cada tema. En todo caso, los alumnos deberán acudir a la bibliografía para afianzar y ampliar los contenidos explicados en las sesiones teóricas. Las sesiones en los grupos pequeños consistirán en la resolución de prácticas propuestas por los profesores por parte de los alumnos. Dada la naturaleza de la asignatura, la gran mayoría de las prácticas se harán en el aula de informática. De esta forma se pretende, por un lado, que el alumno se familiarice con la aplicación de los conceptos, los instrumentos y la metodología expuestos en las sesiones con el grupo grande y, por otro, fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo y bajo la supervisión y ayuda del profesor.

Para la evaluación y el seguimiento de los contenidos de la asignatura se habilitará una página web en el campus virtual. Esta herramienta permite poner a disposición del alumno los materiales adicionales a la bibliografía básica necesarios para el seguimiento de la asignatura, tales como transparencias, ejercicios y lecturas para cada capítulo del programa.

En las tutorías se resolverán las dudas que en la preparación de las sesiones teóricas o prácticas puedan plantear los alumnos.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: General

Tema 1: Elaboración y empleo de indicadores para el análisis económico del turismo

1. Concepto y definiciones en Economía del Turismo.
2. Concepto, objetivos y uso de los indicadores económicos.
3. Tipología y elaboración de indicadores económicos. Interrelación entre indicadores económicos. El impacto del turismo en la economía.
4. Sistema estadístico del turismo español.
5. Indicadores económicos del turismo



- 5.1. Tipos de indicadores del turismo
- 5.2. Elaboración de indicadores del turismo

Bibliografía:

Teoría:

- Horn, R. (1992), *Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences*, Cambridge University Press. Capítulo 1 y 4.
- Naciones Unidas (2006), *Indicadores Económicos del Turismo*, Cuadernos Estadísticos nº 4.
- Gallego, Gallan (2004), *Un sistema de Estadística completo para el territorio andaluz*. Turismo andaluz.
- Sancho, A y García, G. (2006), *¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos*.
- Página web del Instituto de Estudios Turístico
- Página web del Instituto Nacional de Estadística.
- Bull, A. (1995), *La economía del sector turístico*, Alianza Editorial, Madrid, capítulo 1, páginas 11-21.
- Iranzo, J. y otros (2003), *La estructura de los mercados turísticos*, Instituto de Estudios Económicos, Madrid, capítulo 1, páginas 13-31.
- Uriel, E y otros (2001), *El sector turístico en España*, CAM, Alicante, capítulo 2, páginas 33-65.
- González, E. y Martínez, M. (1997), *Los servicios: Especial consideración del Turismo*, en *Introducción a la Economía Andaluza*, Editorial Civitas, capítulo 6, páginas 181-209.
- Del Rio, C. y García, G. (1990), *Dinámica provincial y regional del sector turístico*, *Papeles de Economía Española*, nº 42.
- LLorca, R., Martínez, J. y Picazo, A. (1996), *Los servicios y el desarrollo de las regiones*, *Papeles de Economía Española*, nº 67.
- Junta de Andalucía (1988), *Boletín Económico de Andalucía*, nº 10.
- Junta de Andalucía (1994), *Boletín Económico de Andalucía*, nº 17.

Práctica:

Ejercicios y prácticas propuestos.

Tema 2: Indicadores de demanda y gasto turístico

1. Concepto, objetivo y tipología de los indicadores de demanda y gasto
2. Fuentes estadísticas para la elaboración de indicadores de demanda y gasto turístico.
3. Indicadores sobre las características del visitante.
4. Indicadores sobre la visita turística.
5. Indicadores sobre gasto turístico
 - 5.1. Impacto del gasto turístico en cada uno de los restantes sectores productivos
 - 5.2. Impacto del global del gasto turístico en la economía del destino.
6. Flujos turísticos internacionales.

Bibliografía:

Teoría:

- Instituto de Estudios Turísticos (2009), *Balance del Turismo, Resultados de la actividad turística en España*,
- Instituto de Estudios Turísticos (2008), *FAMILITUR, Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles*.
- Instituto de Estudios Turísticos (2008), *FRONTUR, Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras*.
- Instituto de Estudios Turísticos (2008), *EGATUR, Encuesta de Gasto Turístico*.
- INE (2005), *Encuesta Continua de Presupuestos Familiares*, Madrid.

Práctica:

Ejercicios y prácticas propuestos.

Tema 3: Indicadores de oferta turística

1. Análisis estadístico de la oferta turística.
2. Fuentes estadísticas para la elaboración de indicadores de oferta turística.
3. Indicadores sobre la actividad empresarial.
4. Indicadores sobre ocupación turística
5. Indicadores sobre el transporte de viajeros.
6. Indicadores de precios turísticos.
7. Indicadores de presencia de destinos en el marco de la Economía de la Web.

Bibliografía:

Teoría:



- INE (2009), Encuesta de Ocupación Hotelera, Madrid.
 - INE (2009), Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos, Madrid.
 - INE (2007), Estadísticas de los Productos, Madrid.
 - INE (2008), Encuesta Anual de Servicios, Madrid.
 - INE (2007), Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural, Madrid.
 - INE (2009), Encuesta de Ocupación en Acampamentos Turísticos, Madrid.
 - INE (2009), Índice de Precios de consumo (Turismo y Hostelería), Madrid.
 - INE (2009), Índice de Precios Hoteleros, Madrid.
 - INE (2009), Índice de Precios de Apartamentos Turísticos, Madrid.
 - INE (2009), Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural, Madrid.
 - INE (2009), Índice de Ingresos Hoteleros, Madrid.
 - Sancho, A y García, G. (2006), ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos.
 - Shapiro, C. y Varian, H. (1999), El dominio de la información: Una guía estratégica para la economía de la red. Antoni Bosch Editor. Barcelona.
- Práctica:

Ejercicios y prácticas propuestos.

Tema 4: El mercado de trabajo en el sector turístico

1. El empleo en el sector turístico: indicadores básicos.
2. Fuentes estadísticas para la elaboración de indicadores del mercado laboral turístico.
3. Indicadores sobre las características de los trabajadores en el sector turístico.
4. Indicadores sobre las características de los puestos de trabajo en el sector turístico.
5. Impacto del turismo en el empleo

Bibliografía:

Teoría:

- Instituto de Estudios Turísticos (2009), Empleo en el sector turístico.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2004), Turismo receptor y Empleo.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2004), El empleo en la industria turística Encuesta de Población Activa Informe Anual 2003.
- INE (2010), Encuesta de Población Activa, Madrid.
- INE (2006), Encuesta de Estructura Salarial, Madrid.
- INE (2006), Encuesta Trimestral de Coste Laboral, Madrid.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2009), Encuesta de Coyuntura Laboral. Madrid.

Práctica:

-Ejercicios y prácticas propuestos.

Tema 5: Cuenta Satélite del Turismo

1. Concepto y objetivos de la CST.
2. Aspectos metodológicos de la CST.
3. Estructura y componentes de la CST.
4. La CST de España.
5. Extensiones de la CST.
6. Impactos macroeconómicos del turismo.

Teoría:

- INE (2004), Cuenta Satélite del Turismo de España. Nota Metodológica. Subdirección General.
- INE (2002), Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones 1996-1999. Anexos 1 y 2.
- EUROSTAT (2001), Cuestionario de Eurostat sobre la Cuenta Satélite de Turismo. Prácticas nacionales sobre recopilación de datos, sobre cuestiones relativas a la CST y sobre fuentes de datos disponibles; Documento Final.
- OCDE (2000), Medición del papel del turismo en la economía de la OCDE. Manual de la OCDE sobre Cuentas Satélite de Turismo y Empleo.
- Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (2000), Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía, Junta de Andalucía.
- Aurióles, J. (1993), Las cifras macroeconómicas del Turismo, Actas del Congreso Andaluz de Turismo, Jerez.

Práctica:

-Ejercicios y prácticas propuestos.



COMPETENCIAS

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica. (C1 LBGT)
- Conocer los indicadores de las dimensiones económicas del turismo y sus interrelaciones.
- Convertir un problema empírico en un objeto de estudio y análisis y elaborar conclusiones. (C5 LBGT)
- Conocer las fuentes de información para la investigación turística.
- Analizar la dimensión económica del turismo. (C2 LBGT)
- 2.1: conocer los indicadores del turismo en la estructura económica a diferentes escalas.
- 2.2: conocer el procedimiento de cálculo y aplicación de la Cuenta Satélite del Turismo (CST).
- Analizar los impactos generados por el turismo. (C23 LBGT)
- Conocer los indicadores de los impactos económicos del turismo.
- Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial. (C27 LBGT)
- 27.1: Conocer los indicadores que miden la evolución de los principales destinos turísticos internacionales y de los flujos turísticos.
- 27.2: Conocer los indicadores que permiten establecer tipologías de turistas.
- 27.3: Conocer los indicadores de la presencia de los destinos en los sistemas de información turísticos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Aurioles, J. Las cifras macroeconómicas del Turismo 1993 Actas del Congreso Andaluz de Turismo, Jerez.
- Bull, A. La economía del sector turístico, Alianza 1995 capítulo 1, páginas 11-21.
- Consejería de Turismo, Comercio y Deporte Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía 2000 Papeles de Economía Española, nº 42.
- Del Rio, C. y García, G Dinámica provincial y regional del sector turístico 1990
- EUROSTAT Cuestionario de Eurostat sobre la Cuenta Satélite de Turismo. Prácticas nacionales sobre recopilación de datos, sobre cuestiones relativas a la CST y sobre fuentes de datos disponibles; Documento Final. 2001
- Gallego, Gallan Un sistema de Estadística completo para el territorio andaluz. Turismo andaluz. 2004
- González, E. y Martínez, M os servicios: Especial consideración del Turismo, en Introducción a la Economía Andaluza, Civitas 1997 capítulo 6, páginas 181-209
- Horn, R. Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences Cambridge University Press 1992 capítulo 1 y 4
- INE Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones 1996-1999. Anexos 1 y 2. 2002
- INE Cuenta Satélite del Turismo de España. Nota Metodológica. Subdirección General 2004
- INE Encuesta Continua de Presupuestos Familiares 2005
- INE Encuesta de Estructura Salarial 2006
- INE Encuesta de Ocupación en Acampamentos Turísticos 2009
- INE Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural 2007
- INE Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos 2009
- INE Encuesta de Ocupación Hotelera 2009
- INE Encuesta de Población Activa 2009
- INE Encuesta Trimestral de Coste Laboral 2006
- INE Estadísticas de los Productos 2007
- INE Índice de Ingresos Hoteleros 2009
- INE Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural 2009
- INE Índice de Precios de Apartamentos Turísticos 2009
- INE Índice de Precios de consumo (Turismo y Hostelería) 2009
- INE Índice de Precios Hoteleros 2009
- Instituto de Estudios Turísticos Balance del Turismo, Resultados de la actividad turística en España, 2009
- Instituto de Estudios Turísticos EGATUR, Encuesta de Gasto Turístico 2008
- Instituto de Estudios Turísticos Empleo en el sector turístico 2009



- Instituto de Estudios Turísticos Empleo en el sector turístico. 2009
- Instituto de Estudios Turísticos FAMILITUR, Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles 2008
- Instituto de Estudios Turísticos FRONTUR, Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras 2008
- Iranzo, J. y otros La estructura de los mercados turísticos, Instituto de Estudios Económicos 2003 capítulo 1, páginas 13-31.
- Junta de Andalucía Boletín Económico de Andalucía 1988
- Junta de Andalucía Boletín Económico de Andalucía 1994 nº 17.
- LLorca, R., Martínez, J. y Picazo, A. Los servicios y el desarrollo de las regiones, Papeles de Economía Española 1996 nº 67
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio El empleo en la industria turística Encuesta de Población Activa Informe Anual 2003. 2004
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio Turismo receptor y Empleo 2004
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales Encuesta de Coyuntura Laboral 2009
- Naciones Unidas Indicadores Económicos del Turismo, 2006 Cuadernos Estadísticos nº 4.
- OCDE Medición del papel del turismo en la economía de la OCDE. Manual de la OCDE sobre Cuentas Satélite de Turismo y Empleo. 2000
- Sancho, A y García, G ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos. 2006
- Shapiro, C. y Varian, H. El dominio de la información: Una guía estratégica para la economía de la red Antoni Bosch Editor. 1999
- Uriel, E y otros El sector turístico en España 2001 capítulo 2, páginas 33-65



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	205 (50143) Inglés Aplicado al Turismo II		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (345A) FILOLOGÍA INGLESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a. Tipo y número de pruebas

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar: Resolución de casos y tareas relacionadas con los contenidos de la asignatura

Tipo de prueba: Audiorales y escritas

Número de pruebas: 4

Componente de la calificación 40 %

a.2). Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (60%) que a su vez se compondrá de:

10% Gramática

10% Conocimiento lenguaje turístico

10% Comprensión escrita

10% Producción escrita

20% Comprensión oral

b. Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas entre los estadios superiores e inferiores de B1 (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas).

En la segunda convocatoria ordinaria de septiembre y otras convocatorias extraordinarias posteriores, el componente de evaluación continua se calificará mediante una prueba oral la cual tendrá el mismo valor que el asignado a dicho componente de evaluación continua. La fecha de realización de la prueba oral se anunciará durante la celebración de la prueba escrita.

c. Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Evaluación continua 4

Prueba individual 6



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional funcional, según el modelo comunicativo, basada en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda, de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura anglosajonas, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (anglosajona e hispana) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización siempre en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en la cultura anglosajona, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el estudiante de un sistema de estrategias, saberes y saber hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les animará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en diversos medios del sector turístico.

Las clases se impartirán en inglés.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición y desarrollo de los conocimientos temáticos específicos correspondientes a la asignatura.

1.2. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita y producción oral, comprensión oral.

1.3. Adquisición y desarrollo de los contenidos léxicos y gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión/producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:



1. Estudio y lectura.
 2. Preparación de ejercicios y actividades.
 3. Práctica de las destrezas de producción y comprensión oral.
 4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de las tareas dirigidas.
 5. Actividades complementarias que puedan contribuir a ampliar los conocimientos adquiridos en la asignatura.
- C. Evaluación: Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Modulo 1 Getting to your destination

BLOQUE TEMÁTICO: Modulo 2 Customer services

BLOQUE TEMÁTICO: Modulo 3 Going out

BLOQUE TEMÁTICO: Modulo 4 Types of holidays

COMPETENCIAS

Competencias Transversales

Competencia 1: Creatividad

Competencia 2: Iniciativa y espíritu emprendedor

Competencia 3: Motivación por calidad

Competencias Específicas:

13, 15, 29 del Libro Blanco de Grado de Turismo

Competencia número 13: Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

Competencia número 15: Trabajar en inglés como lengua extranjera

Competencia número 29: Trabajar en medios socioculturales diferentes

Desarrollo de las Competencias número 13, 15 y 29:

Conocer y utilizar la lengua inglesa en el ámbito profesional en general, y muy especialmente en el entorno turístico. Trabajar en inglés como lengua extranjera, a partir de la adquisición de la competencia comunicativa en lengua inglesa, en un nivel situado en el estadio inferior de B1 [B1.1] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico, mediante:

La mejora e incremento del conocimiento de las estructuras gramaticales del inglés y técnicas de comunicación en inglés, a partir de la ampliación y perfeccionamiento en el conocimiento y manejo de competencias lingüísticas generales y especializadas, en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica, e incremento del léxico (con especial atención a la terminología específica de turismo).

La ampliación de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Iniciación a la reflexión intercultural. En definitiva, conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, a través de la adquisición de una progresiva comprensión y producción del idioma para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico



BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ALCARAZ, E. et al. Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español, Spanish English Ariel 2000 Diccionario
- DE PRADA CREO, E. A Travel Adventure: English for Tourism 1 (ECTS) Universidad de Vigo 2006 Manual de texto
- HANCOCK, M. English Pronunciation in Use Cambridge University Press 2003 Manual de pronunciación
- JONES, L. Welcome! : English for the Travel and Tourism Industry. Student's Book Cambridge University Press 1998 Manual de texto
- LEA, C (ed.) Oxford español-inglés, inglés-español Oxford University Press 1994 Diccionario
- MIODUSZEWSKA, M. et al. Checkpoint: English in Tourism Centro de Estudios Ramón Areces 1994 Manual de texto
- MURPHY, R. English Grammar in Use Cambridge University Press 1994 Gramática
- SÁNCHEZ BENEDITO, F. Gramática Inglesa Longman-Pearson 2010 Gramática
- SÁNCHEZ BENEDITO, F. Manual de pronunciación inglesa comparada con la española Comares 2004 Manual de pronunciación
- SINCLAIR, J. (ed.) Collins Cobuild English Language Dictionary Collins 1998 Diccionario
- STEVENS, B.; E. BÁRCENA y R. VARELA English for Tourism I Centro de Estudios Ramón Areces 2003 Manual de texto
- STOTT, T. First class: English for Tourism. Student's Book Oxford University Press 1995 Manual de texto
- STRUTT, P. English for International Tourism. Intermediate students' book & Workbook Longman 2004 Manual de texto
- SWAN, M. y C. WALTER How English Works : a Grammar Practice Book with Answers Oxford University Press 2002 Gramática
- USÓ JUAN, E.; I. FORTANET GÓMEZ y A. SAORÍN IBORRA Starting English for Tourism Studies Publicaciones de la Universidad Jaime I 2004 Manual de texto
- WALKER, R. & K. HARDING Tourism 1. Student's Book Oxford University Press 2006 Manual de texto
- WALKER, R. & K. HARDING Tourism 2. Student's Book Oxford University Press 2007 MANUAL DE TEXTO RECOMENDADO CLASE
- Diccionario Bilingüe Cambridge Spanish-English Compact Edition Cambridge University Press 1992 Diccionario
- Larousse Unabridged Dictionary: Spanish-/English/English-Spanish Larousse 2004 Diccionario
- Longman Dictionary of Contemporary English with CD Longman 2003 Diccionario



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	206 (50144) Alemán Aplicado al Turismo II		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (320A) FILOLOGÍA ALEMANA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

a.1.). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Evaluación continua (40%):

- Baterías de test en el Campus Virtual

Número de pruebas: 3

Componente de la calificación 15%

- Resolución de casos profesionales

a. Tareas escritas:

Número de pruebas: 4

Componente de la calificación: 10%

b. Actividades de producción oral basadas en las tareas escritas.

Número de pruebas: 2

Componente de la calificación: 15%

TOTAL CALIFICACIÓN: 4

A.2.). Realización de la prueba y sus componentes:

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10%

Prueba final: 6



b) Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas del nivel A1, superior y nivel A2, inferior.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación: Componente de la calificación

Evaluación continua: 4

Prueba individual: 6

TOTAL CALIFICACIÓN: 10

2ª Convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias

Los alumnos deberán realizar una prueba que permitirá evaluar las cuatro destrezas y que constará de las siguientes partes:

Gramática 45%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10%

Resolución de casos profesionales (25%): Expresión oral (15%) basada en la realización y entrega de 4 tareas escritas (10%).

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Prueba individual: 10

TOTAL CALIFICACIÓN: 10



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional-funcional según el modelo comunicativo, basado en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno artificial académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación, con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura germánica, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (germánica y hispánica) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, la cultura activa, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en las culturas francófonas, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el aprendiz de un sistema complejo de estrategias, saberes y saber-hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades, tanto lingüísticas como referenciales. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les incitará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en los diversos medios del sector turístico. Las clases se impartirán en alemán.

La asistencia a las clases es obligatoria.

La metodología docente incluirá

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.

1.2. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita, comprensión oral y ejercicios gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Entrenamiento en la destreza de comprensión oral.

4. Tutorías individuales y especializadas. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de los trabajos dirigidos.

5. Actividades complementarias: asistencia a conferencias, seminarios, proyección de películas y documentales, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Promoción de un destino

A. Contenidos funcionales y de especialidad

Informar sobre las actividades ofertadas en una ciudad.

B. Contenidos lingüísticos

Revisión y profundización de los tiempos verbales

Revisión y profundización de los pronombres

Las preposiciones

BLOQUE TEMÁTICO: El alojamiento extrahotelero

A. Contenidos funcionales y de especialidad

Informar sobre las prestaciones de los alojamientos extrahoteleros

Redacción de anuncios breves de alquiler de alojamiento

B. Contenidos lingüísticos

Introducción al adjetivos



Revisión y ampliación del complemento directo

Präteritum

BLOQUE TEMÁTICO: La gastronomía

A. Contenidos funcionales y de especialidad

Recepción de huéspedes

La carta: especialidades gastronómicas

B. Contenidos lingüísticos

Revisión del imperativo

Expresión de gustos y preferencias

Los pronombres personales y posesivos

COMPETENCIAS

Competencias específicas:

Cognitivas (saber)

Adquisición de la competencia comunicativa en lengua alemana (nivel superior de A1 y nivel inferior de A2, según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico.

Esto implica:

- La ampliación y perfeccionamiento de competencias lingüísticas y especializadas en sus vertientes discursiva y funcional: aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico: adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- La ampliación de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Profundización en la reflexión intercultural.

Procedimentales/instrumentales (saber hacer)

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjera

Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera

Trabajar en medios socioculturales diferentes

Actitudinales (ser)

Creatividad

Iniciativa y espíritu emprendedor

Motivación por calidad



BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Braucek, C. 2002 Verbos alemanes. Diccionario de Conjugación y complementación. Idiomas.
- Reimann, M. 1996 Grundstufen-Grammatik. Munich: Hueber.
- Ruipérez, G. 1995 Gramática Alemana. Cátedra.
- Slaby, R.J. y Grossmann, R. 1994 Diccionario de las lenguas española y alemana. Barcelona: Herder.
- Wahrig, G. 2002. Deutsches Wörterbuch. Munich: Bertelsmann

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Baumbach, I. 2007 Was erwartet der Gast vom Morgen? Trends in Tourismus und Freizeitgestaltung und wie man sie richtig erkennt. München. Redline Wirtschaftsverlag.
- Eismann, V. 2006 Training Berufliche Kommunikation: Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Kursmüch mit CD. Berlin: Cornelsen
- Eppert, F. 1988 Deutsch in Küche und Restaurant. Eine Einführung in die Fachsprache der Gastronomie. Ismaning: Hueber.
- Bloques temáticos:** La gastronomía
- Schulz, A. 2008 Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Strassenverkehr, Schiffsverkehr. Oldenburg.
- Stolpmann, M. y Matejcek, K. 2007. Wie nutze ich E-Mail und Newsletter zur Gastekommunikation? Munchen: Redline
- Wagner, K. A. 2008. Strategisches Destinationsmarketing. Erfolgsfaktoren für touristische Organisationen und Leistungstrager. Gmeiner.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	207 (50145) Derecho Mercantil de la Empresa Turística		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Derecho		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(8) DERECHO PRIVADO ESPECIAL (165A) DERECHO MERCANTIL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Evaluación continua válida para la primera convocatoria ordinaria::

- Valoración de las resoluciones de los casos propuestos:20%
- Valoración de los comentarios realizados por escrito: 20%
- Valoración de la participación de los debates iniciados en el aula:10%
- Exposiciones en el aula: 10%
- Utilización y manejo de las fuentes jurídicas:10%
- Asistencia a seminarios, jornadas y otras actividades:5%
- Lecturas y reseñas sobre las mismas: 5%
- Examen oral de carácter teórico-práctico en las fechas indicadas por el Centro: 20%

La asistencia a clase es obligatoria para superar la asignatura en el sistema de evaluación continua.

En otras convocatorias ordinarias y extraordinarias solo se valorará el resultado obtenido en el examen oral de carácter teórico-práctico que se realizará en las fechas indicadas por el centro: 100%

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases magistrales en las que el profesor expondrá los contenidos básicos de la materia acompañado de ejemplos de fácil comprensión para un alumno que no tiene conocimientos jurídicos.

En los grupos reducidos se presentarán supuestos prácticos que complementarán la materia contenida en la programación docente.

El alumno tendrá que buscar la información para la resolución de los supuestos en las distintas bases de datos jurídicas.

El alumno tendrá que realizar exposiciones de distintos temas en el aula para lo que deberá manejar las distintas fuentes jurídicas.

La asistencia a clase y la participación en la misma es obligatoria.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

- 1.- Turismo y Derecho Turístico
- 2.- Marco Normativo del Turismo
- 3.- Introducción al Derecho de la empresa turística
- 4.- Estatuto jurídico de la empresa turística
- 5.- Nociones generales sobre la contratación turística
- 6.- Contratos celebrados entre empresas turísticas
 - a.- Contrato de Gestión hotelera
 - b.- Contrato de reserva de plazas en régimen de cupo o contingente



- 7.- Contratos de alojamiento
 - a.-Alojamiento hotelero
 - b.-Alojamiento extrahotelero
- 8.- Contrato de transmision de derechos de aprovechamiento por turno
- 9.- Contrato de transporte
10. Contrato de viaje combinado
- 11.- Oferta turistica complementaria

COMPETENCIAS

Competencias generales:

- Conocer los principios y fundamentos juridicos que afectan al turismo
- Conocer y manejar las principales normas de Derecho Privado reguladoras de las actividades turisticas
- Conocer la normativa vigente que afecta a los distintos tipos de empresas turísticas

Competencias específicas:

- Conocer los procesos de contratación de los distintos servicios turísticos
- Conocer los contenidos de los Códigos de conducta aprobados por las asociaciones de profesionales y empresas del sector turístico

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- AAVV, Coord. Auriolos Martin, A Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turistico) Consejeria de Turismo Junta de Andalucia 1999
- AAVV, Coord. Auriolos Martin, A Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turistico) Consejeria de Turismo Junta de Andalucia 2000
- AAVV, Coord. Auriolos Martin, A Derecho y Turismo (IV, V y VI Jornadas de Derecho Turistico) Consejeria de Turismo Junta de Andalucia 2005
- AAVV, Coord. Auriolos Martin, A. Aspectos juridico-mercantiles del turismo Atelier 2003
- AAVV, Coord. Blanquer Criado, D Turismo II. Congreso Universidad y Empresa Tirant lo Blanch 1999
- AAVV, Coord. Blanquer Criado, D Turismo III. Congreso Universidad y Empresa Tirant lo Blanch 2000
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. Derecho y Turismo Ediciones Universidad de Salamanca 2004
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. I Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundacion Cultural Santa Teresa 1995
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. II Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundacion Cultural Santa Teresa 1997
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. III Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundacion Cultural Santa Teresa 1999
- AAVV Jimenez Sanchez, G.J. Lecciones de Derecho Mercantil Tecnos 2010
- Auriolos Martin, A. Introduccion al Derecho Turistico (Derecho Privado del Turismo) Tecnos 2004
- Auriolos Martin, A., Benavides Velasco, P y Gonzalez Fernandez, Mª B Legislacion Turistica de Andalucia Tecnos 2006
- Garcia Macho, R., Recalde Castell, A. y Petit Lavall, Mª V. Lecciones de Derecho del Turismo Tirant lo Blanch 2000

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Benavides Velasco, Patricia Análisis del contenido mínimo de los contratos de derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles (artículo 9.1 de la Ley 42/1998), en
- Benavides Velasco, Patricia La política turística de la Unión Europea y el Ordenamiento Jurídico Español, Derecho del Turismo Iberoamericano, 2010
- Benavides Velasco, Patricia La propuesta de Directiva sobre protección de los consumidores de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico y su incidencia en el ordenamiento jurídico español, Revista Aragnonesa de Administración Pública, núm. 31, 2007
- Benavides Velasco, Patricia La responsabilidad por retraso en el transporte aéreo de pasajeros, Revista Europea de Derecho de la Navegación Marítima y Aeronáutica, XXI, 2005



Benavides Velasco, Patricia Los sellos y marcas de calidad (trusmarks) en el mercado digital y el Distintivo Público de Confianza en Línea, en Marca y Publicidad Comercial: un enfoque interdisciplinar, 2009

Benavides Velasco, Patricia Revisión de la Directiva sobre Tiempo Compartido, Estudios sobre consumo, núm. 79, 2006

Benavides Velasco, Patricia y Gonzalez Fernández, M^a Belén La comercialización del turismo rural a través de las Centrales de Reserva. La experiencia en la Comunidad Autónoma de Andalucía, Revista Aragonesa de Administración Pública, núm. 27, 2005

Fernandez Morales, A y Mayorga Toledano, MC Rural Tourism in Andalucía: Recent Evolution, Tourism Developemnt Revited: Concepts, Issues and Paradigms, 2008 and Normative Regulation,

Gomez Lozano, M^a M. Calidad y distintivos turísticos en la Ley del turismo de Galicia, Revista de Derecho UNIED, núm. 6, 2010, págs. 537-541

Gomez Lozano, M^a M. La denominación geoturística cmo herramienta estratégica de la promoción delos destinos turísticos en España: consideraciones sobre su regimen turístico, Revista de Derecho Mercantil, nº 236, 2000, págs. 695-716

Gomez Lozano, M^a M. Los signos distintivos en la promoción de destinos turísticos, Aranzadi, 2002.

Gomez Lozano, M^a M. Sobre los signos distintivos de las empresas de alojamiento turístico, reserva de denominaciones vs. prohibiciones de registro, Revista Andaluza de Derecho del Turismo, núm. 3, 2010, págs, 83-101

Gomez Lozano, M^a M. Vuelos de bajo coste, agencias de viajes virtuales y derecho de la competencia, Revista de Derecho UNED, núm. 7, 2010, págs. 599-616

Gomez Lozano, M^a M y González Cabrera, I. La garantía de responsabilidad contractual de las agencias de viajes en concurso, Revista de Derecho Concursal y Paraconcursal, nº 13, 2010, págs. 341-348.

González Cabrera, I. Algunas reflexiones sobre la futura regulación del Derecho de aprovechamiento por turno en España, Revista de Derecho Patrimonial, nº 26, 2011, págs. 43-70

González Cabrera, I. El doble tratamiento jurídico del vehículo que introduce el huesped en el establecimeinto hotelero, Revista Andaluza de Derecho del Turismo, nº 4, 2010, págs. 117-146.

González Cabrera, I. La liberalización de los servicios en el mercado interior y su incidencia en la actualidad de las agencias de viajes, Aranzadi Civil, nº 4, 2010, págs. 49-82

González Cabrera, I. La seguridad del turista en la ejecución del contrato de hospedaje, Derecho de los Negocios, nº 208, 2008, pags. 19-28

González Cabrera, I. Manual de Derecho de las empresas turísticas, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2009.

González Fernández, MB La responsabilidad del transportista aéreo por cancelación del vuelo, Revista de Derecho de la Navegación Marítima y Aeronáutica, XXI, 2005

González Fernández, MB Las agencias de viajes en la ley del turismo de andalucía: notas sobre su futura reglamentación, Persona y Estado en el Umbral del Siglo XXI, 2001

González Fernández, MB ¿Nueva regulación de los viajes combinados?, Revista de Derecho Mercantil, 269, 2008

González Fernández, MB Sobre las medidas comunitarias de compensación y asistencia a los usuarios del transporte aéreo, Estudios sobre consumo, 79, 2006

Marquez Lobillo, P Losdaños morales como objeto de la indemnización por retraso en el transporte aéreo de pasajeros, Revista Andaluza de Derecho del Turismo, núm. 1

Marquez Lobillo, P. El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos, Revista de Derecho Mercantil, 2011, núm. 209, págs. 209-242



Marquez Lobillo, P. La información que ha de facilitar la agencia de viaje que opera en internet como medida de protección de los consumidores,

Mayorga Toledano, MC Algunas consideraciones en torno al extravío y pérdida del equipaje en el transporte aéreo , Revista Andaluza de Derecho del Turismo, núm. 1, 2009

Mayorga Toledano, MC Aplicación de la normativa sobre contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil a los contratos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles, La calidad integral del Turismo. 2000. III Congreso de Turismo, Universidad y Empresa , 2000

Mayorga Toledano MC y Fernández Morales, A. : La oferta de turismo rural y su regulación, Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI, 2004 normativa en Andalucía,

Torres Cazorla y Benavides Velasco, Patricia La incidencia de la normativa comunitaria en materia turística en el ordenamiento jurídico español, XV Años de Impacto del Derecho Comunitario, 2010



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	208 (50146) Estructura Económica del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Economía del turismo		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: economía del turismo		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ALUMNOS:

a) Tipo y número de pruebas:

a.1) Evaluación continua: se realizarán dos pruebas a lo largo del curso. Las pruebas serán tipo test y constarán de 15 preguntas de teoría y de ejercicios, cada una de ellas.

En cada una de las dos pruebas mencionadas se podrán obtener como máximo 10 puntos sobre un total de 100 de la calificación final del curso. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 3 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 1 punto. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos.

Los exámenes tipo test se realizaran fuera del horario de clase, en el tiempo asignado a actividades de evaluación. El primero, se realizará sobre la novena semana de clases y versará sobre las dos primeras lecciones de teoría y las dos primeras de prácticas. El segundo se realizará sobre la décimo cuarta semana de clases y versará sobre las tres últimas lecciones de teoría y las tres últimas de prácticas.

Las prácticas que deberá entregar el alumno antes de su resolución en clase, se puntuarán con 10 puntos sobre un total de 100 sobre la nota final de la asignatura.

a.2). Realización de una prueba final en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos. La prueba será tipo test y constará de 20 preguntas de teoría y de ejercicios.

En la prueba final se podrán obtener como máximo 70 puntos sobre un total de 100 de la calificación final del curso. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 3 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 1 punto. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos.

La prueba final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con todos los profesores que la impartan. Las preguntas de la prueba serán propuestas por todos los profesores que impartan la docencia.

Para superar la asignatura hay que obtener un mínimo de 50 puntos sobre 100, sumando las puntuaciones obtenidas en las tres pruebas.

* La prueba final se realizará en fecha, hora y lugar programados por el centro.

b) Criterios de corrección

Criterios de corrección: La corrección de la prueba final se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria propuesta, por lecciones, y las explicaciones de clase.

El acta será firmada por el coordinador de la asignatura. La prueba final se corregirá por los profesores que impartan la asignatura.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación
--------------------	-------------------------------



Evaluación continua 2 pruebas Máximo 30 puntos sobre un total de 100

Prueba final individual 1 prueba Máximo 70 puntos sobre un total de 100

TOTAL CALIFICACION Máximo 100 puntos

1º EXAMEN PARCIAL Constará de 15 preguntas tipo tests y se realizará fuera del horario de clase; versará sobre las dos primeras lecciones de teoría y las dos primeras de prácticas

2º EXAMEN PARCIAL Constará de 15 preguntas tipo tests y se realizará fuera del horario de clase; versará sobre las tres últimas lecciones de teoría y las tres últimas de prácticas

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. 1. Clases presenciales teóricas y prácticas (30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno):

1a) Clases teóricas (22 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): en las que se expondrán los conceptos básicos de economía referidos al programa. Al objeto de facilitar el seguimiento de las explicaciones, se realizarán ejercicios teóricos prácticos y cuestiones tipo test que se explicaran detalladamente con el fin de fijar los conceptos tratados.

Con la información adquirida en las clases presenciales, los guiones de los temas, la bibliografía recomendada y el material disponible en la plataforma, los alumnos elaborarán de forma individual o colectiva, bajo la supervisión y orientación del profesor, los contenidos objeto de examen.

1b) Clases prácticas (8 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): constarán de actividades prácticas en el aula en las que se realizarán ejercicios analíticos, numéricos y cuestiones. Al inicio de la docencia de cada lección, se pondrá a disposición de los alumnos una guía de los objetivos, así como los ejercicios y las cuestiones propuestas para cada una de las lecciones.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno (70% de los créditos ECTS):

2a) Actividades prácticas no presenciales:

Realización de ejercicios disponibles para los alumnos en la plataforma de enseñanza virtual.

Realización de cuestionarios utilizando la plataforma de enseñanza virtual.

2b) Estudio y lectura.

2c) Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con la asignatura.

2d) Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios y jornadas, relativos a los contenidos de la asignatura.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 1ª

Lección 1ª. Análisis de la oferta de servicios turísticos: alojamiento y transportes.

1. Introducción



1. Concepto de turismo
 2. Tipos de turismo
 3. Productos turísticos
 4. Rasgos del producto turístico
 5. Tipologías de destinos turísticos
2. El sector hotelero
 1. Estructura de mercado de las empresas de alojamiento
 2. La oferta y los costes del sector del alojamiento
 3. Internacionalización, globalización y competitividad.
 4. Las cadenas hoteleras en el mundo.
 5. Las cadenas hoteleras en Europa.
 6. Las cadenas hoteleras en España.
3. El sector del transporte
 1. Estructura de mercado de las empresas de transporte
 2. La oferta y los costes del sector del transporte aéreo
 3. El proceso de liberación del transporte aéreo.
 4. Compañías de Bajo Coste.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 2ª

Lección 2ª. Análisis de la oferta de servicios turísticos: intermediación y oferta complementaria.

1. El sector de intermediación turística: Tour operadores y Agencias de viajes
 1. Las agencias de viajes
 2. Los tour operadores
 3. La oferta y los costes del sector de los tour operadores
 4. Las agencias de viajes en España.
2. Tendencias de la intermediación en el sector turístico.
 1. La aparición de Internet: Reintermediación y desintermediación.
 2. Las relaciones interempresariales y el cliente final.
 3. Modelos de negocios online para las agencias de viaje.
- 3.- La oferta complementaria.
 1. Incentivos
 2. Reuniones, congresos y convenciones
 3. Rural, de naturaleza y turismo activo.
 4. Turismo cultural.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 3ª

Lección 3ª. Análisis de la demanda turística.

1. La función de demanda turística y sus determinantes
 1. La función de demanda turística
 2. Determinantes de la demanda turística
2. La elasticidad de la demanda turística
3. Demanda de características
4. Segmentación de la demanda
 1. Segmentos de mercado
 2. Formas de segmentación
5. Tendencias actuales de la demanda.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 4ª

Lección 4ª. Impactos del Turismo en la economía nacional:

1. El peso del turismo en el PIB.



2. Turismo y empleo
3. Turismo y sector exterior: comparaciones internacionales
4. Impacto medioambiental: las externalidades en el sector turístico
5. Efectos y Multiplicadores del sector turístico
 1. Efectos directos, indirectos e inducidos.
 2. Multiplicadores.

BLOQUE TEMÁTICO: Lección 5ª

Lección 5ª. Administraciones Públicas con competencias en materia de turismo: regulación del turismo y política turística.

1. Introducción: Financiación de la actividad turística e intervención pública en el mercado.
2. Políticas turísticas en el UE.
3. Políticas turísticas en España:
 1. Administración Central
 2. Administración Autonómica
 3. Administración local.
4. Otras estructuras organizativas en materia turística.
5. La innovación en el Turismo.

COMPETENCIAS

GENÉRICAS

1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)
2. Analizar la dimensión económica del Turismo. (C2 LBGT)
3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
4. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas. (C4 LBGT):
5. Reconocer los principales agentes turísticos. (C7 LBGT)
6. Comprender el funcionamiento de los destinos, las estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial (C27 LBGT)

ESPECÍFICAS

1. Comprender los principios del turismo: su dimensión económica (C1 LBGT)
 - 1.1. Conocer las diferentes dimensiones económicas del turismo y sus interrelaciones.
 - 1.2. Conocer los conceptos económicos básicos del turismo.
 - 1.3. Estudiar las tendencias en el turismo.
 - 1.4. Conocer los conceptos básicos relacionados con los procesos de innovación.
2. Analizar la dimensión económica del Turismo. (C2 LBGT)
 - 2.1. Conocer la importancia del turismo en la estructura económica a diferentes escalas
3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
 - 3.1. Saber abordar el turismo desde una perspectiva histórica hasta el momento actual.
 - 3.2. Saber entender el turismo como factor de desarrollo económico.
 - 3.3. Conocer los cambios que se experimentan en los procesos de desarrollo turístico.
4. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas. (C4 LBGT)



- 4.1. Conocer las Administraciones Públicas competentes en materia turística. Funciones y objetivos.
- 4.2. Conocer otras estructuras organizativas que desarrollan su actividad en materia turística. Funciones y objetivos.

5. Reconocer los principales agentes económicos turísticos. (C7 LBGT)
 - 5.1. Conocer los principales agentes económicos que actúan en el mercado turístico nacional e internacional.
 - 5.2. Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes económicos del sector turístico

6. Comprender el funcionamiento de los destinos, las estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial (C27 LBGT)
 - 6.1. Conocer el funcionamiento a nivel general de la estructura turística mundial.
 - 6.2. Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.
 - 6.3. Conocer la evolución de los principales destinos turísticos internacionales.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- BLASCO, A. (2001): Turismo y transporte. Capítulo 12. Páginas 171 a 174 y Páginas 179-182.
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 2, páginas 23 a 28 y Capítulo 3, páginas 41 a 64.
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 1. Páginas 11 a 21. Capítulo 4, páginas 89 a 98 y Capítulo 5.
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 4, páginas 89 a 89 y Capítulo 5.
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 7. Páginas 150 a 161. Capítulo 8. Páginas 185 a 188 y capítulo 10. Páginas 213 a 223.
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 9. Páginas 193 a 210.
- E-Business Watch (2005): Electronic Business in Tourism is taking off- UIT Strong Impacts on Intermediation. Páginas 1 a 3
- EXCELTUR (2006): Libro blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas. Resumen ejecutivo.
- FECOHT (2009): Relaciones laborales en los establecimientos hoteleros.
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 11. Páginas 459 a 498.
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 12. Páginas 499 a 542.
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 5. Páginas 199 a 246.
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 13. Páginas 543 a 592
- HOSTELTUR (2006): Informe TT.OO y Agencias. Enero 2006. Páginas 114 a 122
- HOSTELTUR (2006): Ranking HOSTELTUR de cadenas hoteleras españolas. Septiembre 2006. Páginas 22 a 24.
- III Pacto andaluz por el turismo
- INFORME MINTEL (2004): European Hotel Chain Expansion, Travel & Tourism Analyst. Páginas 1 a 8 y 19 a 22. Mayo 2004.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009): Nota de Coyuntura. Compañías de Bajo Coste. Diciembre de 2009. Páginas 1 a 5.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010): Nota de Coyuntura. Empleo en turismo. Encuesta de población activa (EPA). Año 2009.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010): Balanza de Pagos año 2009
- IRANZO, J. E. Y OTROS (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 4. Páginas 59 a 81
- IRANZO, J. E. Y OTROS (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 1. Páginas 13 a 31.
- Martínez Roget, F. (2009): Capítulo 10º. La medición del impacto económico del turismo. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel
- MARTORELL, O. (2002): Cadenas Hoteleras. Análisis del Top 10. Editorial Ariel. Barcelona. Capítulo 3. Páginas 61 a 63.
- PEDREÑO, A. Y OTROS (1996): Introducción a la economía del turismo. Civitas. Madrid. Capítulo 3, páginas 69 a 88 y Apéndice 1, páginas 103 a 120.
- PEDREÑO, A. Y OTROS (1996): Introducción de la economía del turismo en España. Editorial Civitas. Capítulo 5. Páginas 162 a 170
- PEDREÑO, A Y OTROS (1996): Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 8, páginas. 276 a 287.
- Plan del Turismo Español Horizonte 2020



- RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo IV. Páginas 83 a 114
- RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VIII. Páginas 241 a 320.
- RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VII. Páginas 184 a 197.
- RUDIGER LEIDNER (2004): The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy. Páginas 11 a 14.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO: INFORME TECNOVA: Informe sobre los efectos de internet en el sector de las agencias de viajes. Epígrafes 2 y 4.
- Tribe, J. (2000): Economía del ocio y del turismo. Capítulo 14, 15 y 16. Páginas 323 a 404.
- Tribe, J. (2000): Economía del ocio y del turismo. Capítulo 7. Páginas 169 a 193.
- URIEL, E. Y OTROS (2001): El sector turístico en España. CAM. Alicante. Capítulo II. Páginas 33 a 65.
- Velasco González, María (2009): ¿Capítulo 3º. La política turística del Gobierno central¿. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget. Coordinadores. Oleiros (La Coruña).
- Velasco González, María (2009): ¿Capítulo 4º. Políticas turísticas de la Unión Europea¿. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget. Coordinadores. Oleiros (La Coruña).
- WITT, S. Y MOUTINHO, L. (1994): Tourism marketing and management handbook. Páginas 475 a 478.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- BLASCO, A. (2001): Turismo y transporte. Capítulo 12. Páginas 171 a 174 y Páginas 179-182.
- BULL, A. (1995) La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 1. Páginas 11 a 21. Capítulo 4, páginas 89 a 98 y Capítulo 5.
- Bloques temáticos:** Lección 1ª
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 2, páginas 23 a 28 y Capítulo 3, páginas 41 a 64.
- Bloques temáticos:** Lección 3ª
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 4, páginas 89 a 89 y Capítulo 5.
- Bloques temáticos:** Lección 2ª
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 7. Páginas 150 a 161. Capítulo 8. Páginas 185 a 188 y capítulo 10. Páginas 213 a 223.
- Bloques temáticos:** Lección 4ª
- BULL, A. (1995): La economía del Sector Turístico. Alianza Editorial. Madrid. Capítulo 9. Páginas 193 a 210.
- Bloques temáticos:** Lección 4ª
- E-Business Watch (2005): Electronic Business in Tourism is taking off- UIT Strong Impacts on Intermediation. Páginas 1 a 3
- Bloques temáticos:** Lección 2ª
- EXCELTUR (2006): Libro blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas. Resumen ejecutivo.
- Bloques temáticos:** Lección 4ª
- FECOHT (2009): Relaciones laborales en los establecimientos hoteleros.
- Bloques temáticos:** Lección 4ª
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 11. Páginas 459 a 498.
- Bloques temáticos:** Lección 1ª
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 12. Páginas 499 a 542.
- Bloques temáticos:** Lección 2ª
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 5. Páginas 199 a 246.
- Bloques temáticos:** Lección 4ª
- FLETCHER, J. y OTROS (2007): El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 13. Páginas 543 a 592
- Bloques temáticos:** Lección 1ª
- HOSTELTUR (2006): Informe TT.OO y Agencias. Enero 2006. Páginas 114 a 122
- Bloques temáticos:** Lección 2ª
- HOSTELTUR (2006): Ranking HOSTELTUR de cadenas hoteleras españolas. Septiembre 2006. Páginas 22 a 24.
- Bloques temáticos:** Lección 1ª
- III Pacto andaluz por el turismo
- INFORME MINTEL (2004): European Hotel Chain Expansion, Travel & Tourism Analyst. Páginas 1 a 8 y 19 a 22. Mayo 2004.
- Bloques temáticos:** Lección 1ª



INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009): Nota de Coyuntura. Compañías de Bajo Coste. Diciembre de 2009. Páginas 1 a 5.

Bloques temáticos: Lección 1ª

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010): Nota de Coyuntura. Empleo en turismo. Encuesta de población activa (EPA). Año 2009.

Bloques temáticos: Lección 4ª

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010): Balanza de Pagos año 2009

Bloques temáticos: Lección 4ª

IRANZO, J. E. Y OTROS (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 4. Páginas 59 a 81

Bloques temáticos: Lección 3ª

IRANZO, J. E. Y OTROS (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 1. Páginas 13 a 31.

Bloques temáticos: Lección 1ª

Martínez Roget, F. (2009): Capítulo 10º. La medición del impacto económico del turismo. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel

Bloques temáticos: Lección 4ª

MARTORELL, O. (2002): Cadenas Hoteleras. Análisis del Top 10. Editorial Ariel. Barcelona. Capítulo 3. Páginas 61 a 63.

Bloques temáticos: Lección 1ª

PEDREÑO, A. Y OTROS (1996): Introducción a la economía del turismo. Civitas. Madrid. Capítulo 3, páginas 69 a 88 y Apéndice 1, páginas 103 a 120.

Bloques temáticos: Lección 3ª

PEDREÑO, A. Y OTROS (1996): Introducción de la economía del turismo en España. Editorial Civitas. Capítulo 5. Páginas 162 a 170

Bloques temáticos: Lección 4ª

PEDREÑO, A Y OTROS (1996): Introducción a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 8, páginas. 276 a 287.

Bloques temáticos: Lección 4ª

Plan del Turismo Español Horizonte 2020

RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo IV. Páginas 83 a 114

Bloques temáticos: Lección 5ª

RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VIII. Páginas 241 a 320.

Bloques temáticos: Lección 2ª

RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VII. Páginas 184 a 197.

Bloques temáticos: Lección 3ª

RUDIGER LEIDNER (2004): The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy. Páginas 11 a 14.

Bloques temáticos: Lección 4ª

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO: INFORME TECNOVA: Informe sobre los efectos de internet en el sector de las agencias de viajes. Epígrafes 2 y 4.

Bloques temáticos: Lección 2ª

Tribe, J. (2000): Economía del ocio y del turismo. Capítulo 14, 15 y 16. Páginas 323 a 404.

Bloques temáticos: Lección 4ª

Tribe, J. (2000): Economía del ocio y del turismo. Capítulo 7. Páginas 169 a 193.

Bloques temáticos: Lección 5ª

URIEL, E. Y OTROS (2001): El sector turístico en España. CAM. Alicante. Capítulo II. Páginas 33 a 65.

Bloques temáticos: Lección 1ª

Velasco González, María (2009): ¿Capítulo 3º. La política turística del Gobierno central. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget. Coordinadores. Oleiros (La Coruña).

Bloques temáticos: Lección 5ª

Velasco González, María (2009): ¿Capítulo 4º. Políticas turísticas de la Unión Europea. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget. Coordinadores. Oleiros (La Coruña).

Bloques temáticos: Lección 5ª

WITT, S. Y MOUTINHO, L. (1994): Tourism marketing and management handbook. Páginas 475 a 478.

Bloques temáticos: Lección 4ª



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	209 (50147) Francés Aplicado al Turismo II		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (335A) FILOLOGÍA FRANCESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Evaluación continua (40 %):

- Baterías de test en el Campus Virtual

Número de pruebas: 3

Componente de la calificación: 15 %

- Resolución de casos profesionales

a. Tareas escritas.

Número de pruebas: 1

Componente de la calificación: 10 %

b. Actividades de producción oral.

Número de pruebas: 1

Componente de la calificación: 15 %

TOTAL CALIFICACION 4

a.2). Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. (máximo 80% de la calificación final)

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%



Prueba de comprensión oral 10 %

Prueba final 6

b) Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas referidas a los niveles considerados entre los superiores del A2 y los inferiores del B1.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Evaluación continua 4

Prueba individual 6

TOTAL CALIFICACION 10

2ª convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias.

Los alumnos deberán realizar 1 prueba que permitirá evaluar las cuatro destrezas y que constará de las siguientes partes:

Gramática 45%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 20%

Prueba de comprensión oral 10 %

Expresión oral 15 %.

Tipo de evaluación Componente de la calificación

Prueba individual 10

TOTAL CALIFICACION 10



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional-funcional según el modelo comunicativo, basado en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno artificial académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación, con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura francesa, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (francesa e hispánica) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, la cultura activa, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en las culturas francófonas, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el aprendiz de un sistema complejo de estrategias, saberes y saber-hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades, tanto lingüísticas como referenciales. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les incitará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en los diversos medios del sector turístico. Las clases se impartirán en francés.

La asistencia a las clases es obligatoria.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.

1.2. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita, comprensión oral y ejercicios gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Entrenamiento en la destreza de comprensión oral.

4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de los trabajos dirigidos.

5. Actividades complementarias: asistencia a conferencias, seminarios, proyección de películas y documentales, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

C. Evaluación:

1. Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

A. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30%

a. Clases teóricas y prácticas en gran grupo

b. Clases prácticas en pequeño grupo

B. Trabajo personal del alumno: 60%

C. Evaluación: 10%

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos lingüísticos

A. Morfología y sintaxis del grupo nominal

- La colocación del adjetivo

- Pronombres relativos (II)

- Revisión de los pronombres personales complemento

- Los indefinidos

- La nominalización

- Comparativos y superlativos

- Expresión del énfasis



B. Morfología y sintaxis del grupo verbal

- Formación del condicional
- Alternancia de uso passé composé / imparfait / plus-que-parfait
- La voz pasiva

C. Elementos de relación

- Preposiciones y locuciones prepositivas (II)
- Adverbios y locuciones adverbiales (II)

D. Sintaxis de la oración

- La negación (II)
- Introducción a la sintaxis de las oraciones subordinadas
- Las oraciones condicionales
- La interrogación indirecta

BLOQUE TEMÁTICO: Contenidos funcionales y de especialidad

A. La promoción de un destino:

- Informer à l'office de tourisme : renseigner sur les activités proposées par une ville
- Les demandes écrites. La lettre commerciale
- Promouvoir un site touristique. Le publipostage
- Les brochures touristiques : proposer une documentation adéquate
- La promotion touristique en France

B. La venta de un producto turístico:

- Les caractéristiques techniques des produits touristiques
- Rédaction de circuits et d'itinéraires
- L'entretien de vente : les différentes étapes
- Annuler une réservation et proposer des solutions de remplacement
- Les produits touristiques : évolutions de l'offre et de la demande.

C. La visita guiada:

- S'informer: utilisation des outils documentaires
- Préparation d'une visite guidée
- Description de monuments, anecdotes historiques
- La gestion du groupe : adaptation des commentaires pendant la visite guidée

OBSERVACIONES

Adquisición de la competencia comunicativa en lengua francesa en un nivel situado entre los estadios superiores de A2 [A2.2] y los inferiores de B1 [B1.1] según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

COMPETENCIAS

Cognitivas(Saber)

Adquisición de la competencia comunicativa en lengua francesa, en un nivel situado entre los estadios superiores de A2 [A2.2] y los inferiores de B1 [B1.1] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico. Esto implica:

- La ampliación y perfeccionamiento de competencias lingüísticas generales y especializadas: en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica y léxica (con especial atención a la terminología específica).
- La ampliación de las competencias pragmáticas en sus vertientes discursiva y funcional: aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico; adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- La ampliación de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones



sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Profundización en la reflexión intercultural.

Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer)

1. Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
2. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
3. Trabajar en medios socioculturales diferentes

Actitudinales(Ser)

- 1 Creatividad
- 2 Iniciativa y espíritu emprendedor
- 3 Motivación por calidad

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- BERTAUD DU CHAZAUD, H. Le Robert- Dictionnaire des synonymes. Paris : Robert, 1993
- DUBOIS, J. (dir) Dictionnaire Lexis de la langue française. Paris : Larousse, 1989
- GARCIA PELAYO Y GROSS, R. - TESTAS, J. Gran diccionario Español-Francés / Francés-Español. Barcelona : Larousse, 1999
- REY DEBOVE, J. Dictionnaire du français. Référence apprentissage. Paris : Clé International, 1999
- ROBERT, P. Le nouveau petit Robert. Paris : Dictionnaires Le Robert, 1995

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- BADY, J., GREAVES, I. et al. Conjugaison. Exerçons-nous. 350 exercices - 1000 verbes à conjuguer. Paris : Hachette, 1997
- BADY, J., GREAVES, I., PETETIN, A. Grammaire. 350 exercices. Niveau débutant. Paris: Hachette, 1996
- BALLE, F. et al. 500 trucs pour mieux communiquer au travail. Paris : Larousse, 2004
- BÉRARD, E., LAVENNE, C. Grammaire utile du français. Paris : Hatier-Didier, 1991
- BOULARÈS, M. FRÉROT, J. L. Grammaire progressive du français. Niveau avancé. Paris : Clé International, 1997
- BOULARÈS, M., GRAND-CLÉMENT, O. Conjugaison progressive du français. Paris : Clé International, 2000
- CALMY, A.-M. Le français du tourisme. Paris : Hachette, 2004
- CHANTELAUVE, O., CORBEAU, S. et al. Les métiers du tourisme. Cours de français. Paris : Hachette, 1991
- CORBEAU, S., DUBOIS, C., PENFORNIS, J.-L. Tourisme.com. Paris : Clé International, 2004
- DANY, M., LALOY, J.-R. Le français de l'hôtellerie et du tourisme. Paris : Hachette, 1993
- DELATOUR, Y., JENNEPIN, D. et al. Grammaire du français. Cours de civilisation française de la Sorbonne. Paris : Hachette, 1991
- DELATOUR, Y., JENNEPIN, D. et al. Grammaire. Exerçons-nous. 350 exercices. Niveau moyen. Paris : Hachette, 1987
- DESCOTES-GENON, C., EURIN, S. et al. La voyagerie. Pratique du français du tourisme. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 1992



GRAND-CLÉMENT, O. Savoir vivre avec les Français. Que faire? Que dire? Paris : Hachette, 1996

GRÉGOIRE, M. Grammaire progressive du français - Débutant. Paris : Clé International, 1998

GRÉGOIRE, M., THIEVENAZ, O. Grammaire progressive du français - intermédiaire. Paris : Clé International, 1995

HANSE-BLANPAIN Le nouveau dictionnaire des difficultés du français. Bruxelles : De Boeck / Duculot, 2000

LATIFI, M. L'hôtellerie en français. Paris : Hatier-Didier, 1993

LE BRAS, F. 100 modèles de CV. Paris : Marabout, 2003

MAUCHAMP, N. Les Français. Mentalités et comportements. Paris : Clé International, 1995

MONNERIE-GOARIN, A., FERNANDEZ BALLÓN, M. Gramática esencial de francés. Paris : Larousse, 1987

POISSON-QUINTON et al. Grammaire expliquée du français. Paris : Clé International, 2002

ROBERT, J.-M. Difficultés du français. Paris : Hachette. 2002



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	210 (50148) Fundamentos de Marketing		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo a un sistema diversificado.

De esta forma, y en coherencia con las competencias y la propuesta metodológica para la asignatura, las técnicas o instrumentos de evaluación que se utilizarán son los siguientes:

- Prueba escrita: pruebas parciales de consecución de objetivos y examen final. 60% de la nota final
- Prueba oral: exposiciones de trabajos en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas. 30% de la nota final
- Técnicas basadas en la asistencia y participación activa del alumno en clase, seminarios y tutorías: trabajos individuales o en grupos reducidos sobre supuestos prácticos propuestos. 10% de la nota final

LA ASISTENCIA A CLASE ES OBLIGATORIA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente y las actividades formativas, adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior, se han diseñado teniendo en cuenta las competencias que el alumno debe adquirir. Se combinan las técnicas docentes tradicionales basadas en sesiones académicas teóricas y prácticas, con otras cuyos objetivos principales son la participación activa del estudiante, el fomento de su capacidad de aprendizaje autónomo y el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

- Sesiones académicas teóricas y/o prácticas.

Las sesiones académicas teóricas consistirán en clases magistrales, donde el profesor expondrá los contenidos básicos de la asignatura.

Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de los textos docentes básicos recomendados; y, en todo caso, los alumnos deberán acudir a dichos textos para afianzar y para ampliar los contenidos explicados en las sesiones académicas teóricas. Con ello se pretende fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo.

Las sesiones prácticas consistirán en la resolución de casos prácticos en el aula. Cuando el profesor lo considere oportuno estas clases podrán estar apoyadas por programas informáticos acordes con la asignatura.

- Elaboración y exposición de trabajos académicamente dirigidos.

El profesor podrá proponer a los alumnos, de forma individual o colectiva, la elaboración de trabajos en los que se desarrollarán contenidos del programa.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

- 1.- El marketing hoy
- 2.- La planificación comercial
- 3.- El comportamiento de consumidor turístico
- 4.- El mercado turístico



5.- El entorno en el que se desarrolla la actividad comercial

6.- La investigación de mercados

BLOQUE TEMÁTICO:

BLOQUE TEMÁTICO:

BLOQUE TEMÁTICO:

BLOQUE TEMÁTICO:

BLOQUE TEMÁTICO:

COMPETENCIAS

Competencia número 11:

Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. (C11 LBGT).

o Conocer las particularidades del servicio turístico.

o Comprender el carácter dinámico y de continuo cambio del turismo.

o Conocer las teorías y conceptos básicos de marketing turístico y estudiar las tendencias generales de esta disciplina.

o Conocer las herramientas y aplicaciones de análisis e investigación propias de marketing turístico. Así, como las principales fuentes de información.

o Conocer las técnicas de detección de mercados objetivos y análisis del entorno.

o Delimitar las variables que más inciden en las acciones de marketing.

o Identificar los interlocutores claves para la comercialización turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Alonso Rivas, J. (2000) Comportamiento del consumidor. Ed. Esic, Madrid (2000)

BARQUERO, J.D. (2007) Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado mi cliente?. Ed. McGraw-Hill, Madrid.

Bigne, E y otros (2000) Marketing de destinos turísticos. Esic, Madrid

Borja, S; Casanovas, JA. y Bosh, R. (2002) El consumidor turístico. Esic, Madrid



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	211 (50149) Introducción a la Contabilidad		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Formación básica		
Materia en la que se integra:	Empresa		
Módulo en el que se integra:	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo		
Departamento::	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo a un sistema diversificado.

De esta forma, y en coherencia con las competencias y la propuesta metodológica para la asignatura, las técnicas o instrumentos de evaluación que se podrán utilizar serán, entre otros, los siguientes:

- Prueba escrita: pruebas parciales de consecución de objetivos y examen final.
- Prueba oral: exposiciones de trabajos en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura y sobre ejecución de tareas prácticas correspondientes a competencias concretas.
- Técnicas basadas en la asistencia y participación activa del alumno en clase, seminarios y tutorías: trabajos individual o en grupos reducidos sobre supuestos prácticos propuestos.

La nota final estará conformada de la siguiente manera:

- A) Un examen práctico final en la fecha programada por el centro que supondrá el 65% de la calificación de la asignatura.
- B) Evaluación continua que representará el 35% de la calificación final del alumno y que se evaluará de la siguiente manera:
- Dos exámenes teóricos en las fechas programadas que supondrán el 20% de la calificación de la asignatura.
 - Pruebas que se realizarán a lo largo del curso con una ponderación del 10%.
 - Trabajo del alumno 5%.

La nota de la evaluación continua será aplicable a las dos convocatorias ordinarias del curso y a la extraordinaria inmediatamente posterior.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente y las actividades formativas, adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior, se han diseñado teniendo en cuenta las competencias que el alumno debe adquirir. Se combinan las técnicas docentes tradicionales basadas en sesiones académicas teóricas y prácticas con otras cuyos objetivos principales son la participación activa del estudiante, el fomento de su capacidad de aprendizaje autónomo y el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Reparto de créditos para una asignatura de 6 ECTS.

- Clases lectivas, teóricas o prácticas, presenciales.
- Trabajo personal del alumno (estudio, seminarios, trabajos, prácticas o proyectos).
- Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

Actividad Formativa: sesiones académicas teóricas y/o prácticas.

Metodología de enseñanza y aprendizaje: Las sesiones académicas teóricas consistirán en clases magistrales, donde el profesor expondrá los contenidos básicos de la asignatura. En estas sesiones, el profesor podrá emplear diversos elementos de apoyo a la docencia (pizarra, ordenador y proyector, entre otros).

Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de los textos docentes básicos recomendados; y, en todo caso, los alumnos deberán acudir a dichos textos para afianzar y para ampliar los contenidos explicados en las sesiones académicas teóricas. Con ello se pretende fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo.

Las sesiones prácticas consistirán en la resolución de casos prácticos-ejercicios- en el aula, que estarán encaminados a que el alumno se familiarice con la aplicación de los conceptos, los instrumentos y la metodología aprendidos en las sesiones teóricas y en el trabajo autónomo de estudio. Cuando el profesor lo considere oportuno estas clases podrán estar apoyadas por programas informáticos acordes con la asignatura.

Actividad Formativa: elaboración y exposición de trabajos académicamente dirigidos.

Metodología de enseñanza y aprendizaje: el profesor podrá proponer a los alumnos, de forma individual o colectiva, la elaboración de trabajos en los que se desarrollarán contenidos del programa. La búsqueda de documentación, la lectura de textos, el debate, la reflexión, etc. serán pasos previos a la redacción del trabajo. En su elaboración los alumnos contarán con la orientación y la tutorización del profesor.

Actividad Formativa: tutorización.

Metodología de enseñanza y aprendizaje: las tutorías podrán ser tanto individuales como colectivas. Asimismo, podrán ser presenciales o no. En ellas, el profesor facilitará las aclaraciones que sean necesarias sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura y las orientaciones oportunas para que los alumnos afronten adecuadamente la resolución de los casos prácticos propuestos y la elaboración de trabajos.

Las tutorías presenciales, que podrán ser individuales o colectivas de grupos reducidos, tendrán lugar en el despacho del profesor, seminarios de los departamentos o aulas adaptadas a tal fin, en el pertinente horario oficial.

Las tutorías no presenciales se llevarán a cabo a través del correo electrónico y de las posibilidades que ofrece el campus virtual de la UMA.

Estas tutorías también podrán ser individuales o colectivas, y, en este segundo caso, no habrá un número máximo de alumnos participantes al mismo tiempo. Esto permite al profesor dirigir el proceso de aprendizaje de los alumnos, obteniendo una información continua sobre su desarrollo.

Las tutorías deben hacer posible que el alumno sea una parte activa del proceso y fomenten su capacidad de aprendizaje autónomo. Además, las tutorías no presenciales estimularán el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones por parte de los alumnos.

Actividad Formativa: seminarios.

Metodología de enseñanza y aprendizaje: el profesor podrá proponer a los alumnos la asistencia a seminarios que tendrán lugar a lo largo del semestre en el que se imparte la asignatura.

Esta técnica docente permite que el alumno conozca la realidad de determinados fenómenos relacionados con las competencias específicas y los objetivos de la asignatura, así como las iniciativas y los desarrollos más novedosos, ya sean académicos o profesionales, relacionados con la asignatura.



En determinadas ocasiones, los temas tratados en los seminarios podrán dar lugar a tareas encomendadas a los alumnos.

Las actividades formativas y la metodología de enseñanza y aprendizaje están orientadas a la consecución de las competencias especificadas para la asignatura en cuestión.

La Programación académica de cada curso académico será la competente para definir de forma más concreta los aspectos desarrollados anteriormente.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

LECCIÓN 1. INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA DE LA CONTABILIDAD

- 1.1. Concepto, etapas del proceso contable y división de la contabilidad
- 1.2. Concepto de patrimonio.
- 1.3. Instrumentación conceptual.
 - Cuentas (teoría del cargo y el abono)
 - Balance.
- 1.4. Ciclo registral contable

LECCIÓN 2. EL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD

- 2.1. El PGC de 2008: su estructura.
- 2.2. El marco conceptual.
- 2.3. Normas de registro y valoración.
- 2.4. Cuentas anuales.
- 2.5. Cuadro de cuentas, definiciones y relaciones contables.

LECCIÓN 3. TESORERÍA

- 3.1. Cuentas de tesorería: concepto y clases.
- 3.2. Cuentas de caja.
- 3.3. Cuentas de bancos.
- 3.4. Tesorería en moneda extranjera.

LECCIÓN 4. EXISTENCIAS

- 4.1. Cuentas de existencias: concepto y clases.
- 4.2. Cuentas de mercaderías.
- 4.3. Descuentos y devoluciones de mercaderías.
- 4.4. Deterioro de valor de las existencias.

LECCIÓN 5. DEUDORES POR OPERACIONES COMERCIALES.

- 5.1. Cuentas de deudores por operaciones comerciales: concepto y clases.
- 5.2. Cuentas de clientes y deudores.
- 5.3. Cuentas de efectos.
- 5.4. Cuentas para otros deudores.

LECCIÓN 6. ACTIVO NO CORRIENTE

- 6.1. Cuentas de activo no corriente: concepto y clases.
- 6.2. Inmovilizaciones materiales.
- 6.3. Inversiones inmobiliarias
- 6.4. Inmovilizaciones intangibles.
- 6.5. Valoración posterior: amortización y deterioro del valor.

LECCIÓN 7. PATRIMONIO NETO Y PASIVO

- 7.1. La financiación de la empresa: sus clases.



- 7.2. El patrimonio neto
- 7.3. Pasivo corriente.
- 7.4. Pasivo no corriente.

LECCIÓN 8. CUENTAS DE GASTOS E INGRESOS

- 8.1. Las cuentas de gestión en el PGC: concepto y clases.
- 8.2. Cuentas para gastos e ingresos de la explotación.
- 8.3. Cuentas de gastos e ingresos financieros.
- 8.4. El resultado en el Plan General de Contabilidad.

LECCIÓN 9. LA NORMALIZACIÓN CONTABLE INTERNACIONAL (4,5 Horas)

- 9.1 La armonización contable internacional: Antecedentes.
- 9.2 La normalización contable en la Unión Europea.
- 9.3 Aspectos significativos del marco conceptual para la información contable.
- 9.4 Los estados financieros contables: elementos, reconocimiento y valoración.
- 9.5 Diferencias y analogías fundamentales entre la normativa española y las NIIF.

COMPETENCIAS

Competencia número 1: conocer y aplicar los conceptos fundamentales de la Contabilidad.

Competencia número 2: poseer una visión completa de la problemática contable de la circulación económica de la empresa para comprender el objetivo y funcionamiento del sistema contable.

Competencia número 3: asimilar el lenguaje contable a través de las explicaciones, la lectura y la práctica personal.

Competencia número 4: comprender el significado de las distintas operaciones de financiación, inversión, explotación y desinversión realizadas por la empresa, así como profundizar en la contabilización de operaciones específicas.

Competencia número 5: ser capaz de contabilizar las principales transacciones económicas, sobre la base de la legislación vigente y el actual Plan General de Contabilidad.

Competencia número 6: ser capaz de elaborar los principales estados financieros, sobre la base de la legislación vigente y el actual Plan General de Contabilidad.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

I.C.A.C. www.icac.meh.es

Amador Fernández, S. y Carazo González, I. Plan General de Contabilidad: comentarios y casos prácticos. Ed. CEF

Amador Fernández, S. y Romano Aparicio, J. (Coordinadores) Manual del Nuevo Plan General Contable. Ed. Centro de Estudios Financieros, 2008.

Amat, O. y Aguilá, S. (Coordinadores) Nuevo P.G.C. y P.C.G. PYMES: un análisis práctico y a fondo. Ed. Bresca Editorial, S.L., 2008.

Ministerio Economía y Hacienda Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, 2007.

Pedro Gomez, A.; Rodríguez Sans, P.; Alcaraz Quiles, F. Supuestos de Contabilidad para PYME. Ed. Pearson, 2009.

River Romero, J.; Rivero Menéndez, M.R. y Rivero Menéndez, M.J. Contabilidad Financiera. Edisofer.

Sociás Salvá, A.; Horrach Roselló, P.; Jover Arbona, G. y Llull Gilet, A. Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad de 2007. Ed. Pirámide, 2008.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	301 (50150) Análisis de Mercados Turísticos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Economía del turismo		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: economía del turismo		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo, número de pruebas y valoración de las mismas:

a.1) Primera convocatoria ordinaria:

a.1.1) Evaluación continua:

Se valorará la calificación obtenida como consecuencia de la asistencia, participación y tareas realizadas en las clases prácticas en grupo reducido, así como la obtenida en una prueba parcial, no eliminatoria, que se realizará a lo largo del curso:

a.1.1.1) Valoración de la asistencia, participación y tareas realizadas en las clases prácticas: supondrá el 20% de la nota final de la asignatura.

El profesor calificará al alumno valorando su asistencia a las clases prácticas, su participación en ellas, y la resolución de tareas, ejercicios prácticos y cuestiones teóricas planteadas durante la clase práctica. Por dichas actividades el alumno podrá obtener una calificación máxima (N1) de 10 puntos.

a.1.1.2) Valoración de la prueba parcial: supondrá el 10% de la nota final de la asignatura. La calificación máxima a obtener en la prueba parcial (N2) es de 10 puntos. La prueba será tipo test, constará de 10 preguntas. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,1 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,03 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de 0 puntos.

La prueba tipo test se realizará fuera del horario habitual de clase, en el tiempo asignado a las actividades de evaluación. Se realizará entre la décima y la duodécima semanas de clases y versará sobre las cuatro primeras lecciones de teoría.

a.1.2). Examen final:

Se realizará un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La nota obtenida en el examen final supondrá el 70% de la nota final de la asignatura.

El examen será tipo test, constará de 20 preguntas, de carácter teórico y práctico, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario, incluida las lecturas y trabajos propuestos así como las actividades complementarias que, en su caso, se hubieran programado.

En el examen final se podrá obtener como máximo 10 puntos (N3). Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,20. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de 0 puntos. El examen final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con los profesores que la impartan, en base a las preguntas propuestas por todos ellos.

El examen final se realizará en fecha, hora y lugar programados por el centro. La nota final (NF) obtenida en la asignatura será igual a la siguiente suma:

$$NF = N1 \cdot 0,2 + N2 \cdot 0,1 + N3 \cdot 0,7$$

Para superar la asignatura dicha nota final habrá de ser igual o superior a cinco puntos sobre diez ($NF > 5$).

a.2) Segunda convocatoria ordinaria y convocatoria extraordinaria:



a.2.1). Realización de un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La prueba será tipo test, constará de 20 preguntas de teoría y de ejercicios, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario, incluida las lecturas y trabajos propuestos así como las actividades complementarias que, en su caso, se hubieran programado. En dicha prueba se podrán obtener un máximo de 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,20 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de cero puntos.

El examen final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con los profesores que la impartan, en base a las preguntas propuestas por todos ellos.

Para superar la asignatura hay que obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10.

b) Criterios de corrección:

La corrección de los exámenes realizados a lo largo del curso se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía propuesta por lecciones, y las explicaciones de clase.

El examen final se corregirá por los profesores que imparten la asignatura. El acta será firmada por el coordinador de la asignatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas (30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno):

1a) Clases teóricas (24 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): en las que se expondrán los conceptos básicos de Economía referidos al programa.

Con la información adquirida en las clases presenciales, los guiones de los temas, la bibliografía recomendada y el material disponible en la plataforma, los alumnos trabajarán de forma individual o colectiva, bajo la supervisión y orientación del profesor, los contenidos objeto de examen.

1b) Clases prácticas (6 % de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno): constarán de actividades prácticas en el aula de informática, en las que se realizarán ejercicios analíticos, numéricos y cuestiones tipo test. Se pondrá a disposición de los alumnos una guía de los objetivos, así como los ejercicios, las cuestiones tipo test y las actividades propuestas para cada una de las lecciones. Con objeto de facilitar el seguimiento de las explicaciones, se realizarán ejercicios prácticos y cuestiones tipo test que se explicaran detalladamente con el fin de fijar los conceptos tratados.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno (60% de los créditos ECTS):

2a) Actividades prácticas no presenciales:

Realización de ejercicios y actividades disponibles para los alumnos en la plataforma de enseñanza virtual o propuestas en las clases prácticas.

2b) Estudio y lectura.

2c) Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con la asignatura.

2d) Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios y jornadas, relativos a los contenidos de la asignatura.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Estructura de mercados

Lección 1ª Estructura de mercado y empresa turística

1.1. Definición de Economía Industrial.

1.2. Poder de mercado.

1.3. Definición de empresa y mercado en el Turismo.

1.4. Los objetivos de las empresas turísticas.

1.5. Información asimétrica: el riesgo moral y la relación principal-agente

BLOQUE TEMÁTICO: El oligopolio y el poder de mercado

Lección 2ª: El oligopolio y el poder de mercado

2.1. Introducción.

2.2. Oligopolio. Modelos de competencia: Modelo de Cournot, modelo de Bertrand y otros.



- 2.3. Poder de mercado, estabilidad de los acuerdos: un análisis dinámico.
- 2.4. Colusión, estructura de mercado y factores institucionales.
- 2.5. Estimación del poder de mercado.

BLOQUE TEMÁTICO: Barreras de entrada en el Turismo

Lección 3ª. Barreras de entrada en el Turismo

- 3.1. Barreras a la entrada, a la salida y a la movilidad.
- 3.2. Economías de escala, de gama y de experiencia.
- 3.3. Costes fijos y costes irrecuperables.
- 3.4. Comportamiento estratégico.
- 3.5. Entrada y salida en los mercados turísticos competitivos.

BLOQUE TEMÁTICO: Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo

Lección 4ª. Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo

- 4.1. El excedente del consumidor y la discriminación de precios.
- 4.2. Diferenciación del producto horizontal y vertical en el Turismo.
- 4.3. La fijación de precios según la intensidad de uso.
- 4.4. La tarifa de dos tramos.
- 4.5. Publicidad.

BLOQUE TEMÁTICO: Fusiones y adquisiciones

Lección 5ª. Fusiones y adquisiciones

- 5.1. Fusiones horizontales.
- 5.2. Integración vertical.
- 5.3. Estrategias de crecimiento de los grupos empresariales turísticos.
- 5.4. Los grupos empresariales del sector turístico desde la perspectiva internacional.

BLOQUE TEMÁTICO: Políticas en el ámbito del turismo

Lección 6ª. Políticas en el ámbito del turismo

- 6.1. Introducción a la política turística.
- 6.2. Política *¿industrial¿*.
- 6.3. Política de competencia.
- 6.4. Regulación de los mercados.
- 6.5. Regulación de empresas.

OBSERVACIONES

ENLACES DE INTERÉS PARA LA ECONOMÍA DEL TURISMO:

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) <http://www.unwto.org/index.php>
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC) <http://www.etc-corporate.org/>
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) <http://www.wttc.org/>
- SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO <http://www.mcx.es/>
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) <http://www.ine.es/>
- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (INC)
<http://www.consumo-inc.es/>
- CONSEJERÍA DE TURISMO
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>
- TURISMO ANDALUZ. <http://www.turismoandaluz.com/>
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/>
- ESTADÍSTICAS DEL TURISMO PARA ANDALUCÍA
<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/investigador/comun/estadisticasInicio.jsp>



- EXCELTUR Alianza para la excelencia turística. <http://www.exceltur.org/>
- HOSTELTUR. <http://www.hosteltur.com/>
- PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020.
<http://www.turismo2020.es/>
- ANDALUCÍA TURISMO DIGITAL <http://www.andaluciaturismodigital.com/>
- DAILY NEWS FOR THE INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY. <http://www.traveldailynews.com/>
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE RESTAURACIÓN: El sector de la restauración en España. Madrid.
- HUGHES, H.L.: Economics for hotel and catering students. Stanley Thornes (Publishers), Ltd., Cheltenham. (1.994).
- HOSTELTUR. Revista mensual. <http://hosteltur.com/>
- ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE AGENCIAS DE VIAJE ESPAÑOLAS. <http://www.aedave.es/>
- CORNELL HOTEL AND RESTAURANT ADMINISTRATION.
- ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS HOTELEROS DE LA COSTA DEL SOL. <http://www.aehcos.es/inicio.asp>
- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE COMPAÑÍAS AÉREAS. www.iata.org
- AGRUPACIÓN DE UNIONES NACIONALES DE AGENCIAS Y ORGANIZACIONES DE VIAJES DE LA UNIÓN EUROPEA.
<http://www.ectaa.org>
- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE HOTELES Y RESTAURANTES IHRA. <http://www.ih-ra.es>
- CONFEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE HOSTELERIA DEL ÁREA ECONÓMICA EUROPEA. <http://www.hotrec>
- HOTELS. LA REVISTA DEL SECTOR HOTELERO MUNDIAL. <http://www.htesmag.com>
- TRAVEL AND HOSPITALITY INDUSTRY DIGEST. <http://www.e-tid.com>
- MESA DEL TURISMO. <http://www.mesadelturismo.com>
- ETURBONEWS. LA VOZ DEL SECTOR TURÍSTICO. <http://www.travelindustryreview.com/>

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

Competencia número 1:

Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)

1.1. Conocer las diferentes dimensiones económicas de los mercados turísticos y su importancia para el funcionamiento de los mismos. Lecciones 1 y 2

Competencia número 2:

Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)

2.1. Conocer la importancia del turismo en la estructura económica a diferentes escalas. Lección 4.

2.2. Conocer las diferentes estructuras de los mercados turísticos y sus equilibrios. Lección 3.

Competencia número 23:

Analizar los impactos generados por el Turismo. (C23 LBGT)

23.1. Conocer los fundamentos del análisis de la economía industrial y su aplicación a los mercados turísticos.

Competencia 23.1. Lección 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Competencia número 27:

Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos, las estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial (C27 LBGT)



- 27.1. Conocer las estrategias de las empresas multinacionales del turismo. Lección 6.
27.2. Conocer el funcionamiento económico de los mercados turísticos internacionales. Lección 6.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS::

1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)
 - 1.1. Conocer las diferentes dimensiones económicas de los mercados turísticos y su importancia para el funcionamiento de los mismos.
 - 1.1.1. Conocer la definición de mercado en el turismo.
 - 1.1.2. Conocer los objetivos de las empresas.
 - 1.1.3. Comprender los conceptos de eficiencia y productividad.
 2. Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)
 - 2.1. Conocer la importancia del turismo en la estructura económica a diferentes escalas.
 - 2.1.1. Conocer las dimensiones de los sectores turísticos y sus barreras a la entrada y a la salida.
 - 2.1.1.1. Comprender como afectan las Economías de Escala y los Costes irreversibles al comportamiento estratégico de las empresas turísticas.
 - 2.2. Conocer las diferentes estructuras de los mercados turísticos y sus equilibrios.
 - 2.2.1. Conocer los modelos de comportamiento de las empresas oligopolistas turísticas.
 - 2.2.2. Comprender como afectan las diferentes estructuras del mercado a los comportamientos de las empresas turísticas.
 23. Analizar los impactos generados por el Turismo. (C23 LBGT)
 - 23.1. Conocer los fundamentos del análisis de la economía industrial y su aplicación a los mercados turísticos.
 - 23.1.1. Comprender el significado de poder de mercado.
 - 23.1.2. Conocer y saber aplicar las medidas de concentración en los sectores turísticos.
 - 23.1.3. Identificar los distintos modelos de comportamiento de las empresas oligopolistas turísticas y conocer sus posibles estrategias de comportamiento incluida la colusión.
 - 23.1.4. Comprender la importancia del comportamiento estratégico en las empresas turísticas.
 - 23.1.5. Profundizar en los conceptos de discriminación de precios y diferenciación de productos en el turismo.
 - 23.1.6. Conocer la implicación de las fusiones y absorciones en el turismo.
 - 23.1.7. Comprender el papel del Estado en materia de competencia y regulación de los mercados turísticos.
 27. Comprender el funcionamiento de los destinos turísticos, las estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial (C27 LBGT)
 - 27.1. Conocer las estrategias de las empresas multinacionales del turismo.
 - 27.2. Conocer las estrategias de crecimiento de los grupos empresariales turísticos
 - 27.2. Conocer el funcionamiento económico de los mercados turísticos internacionales.
 - 27.2.1. Conocer los grupos empresariales del sector turístico desde la perspectiva internacional.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- 01 TEORÍA
- 02 LUIS CABRAL Economía Industrial McGraw Hill 1997
- 03 KRUGMAN, P. y WELLS, R. Microeconomía Reverté 2006
- 04 STIGLITZ, J. E. Economía Ariel 1993
- 05 TRIBE, J. Economía del Ocio y el Turismo Síntesis 2000
- 06 URIEL, MONFORT, FERRI y FERNANDEZ DE GUEVARA El Sector Turístico en España. Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM 2001
- 07 COOPER, FLETCHER, FYALL, GILBERT y WANHILL El Turismo Teoría y Práctica Síntesis 2007
- 08 BULL, A. La Economía del Sector Turístico Alianza Editorial 1995



09 PRÁCTICA

- 10 CASTEJÓN, R. y OTROS Introducción a la Economía para Turismo. Casos prácticos y ejercicios Prentice-Hall 2003
- 11 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
- 12 RICKETTS, M. The Economics of Business Enterprise Edward Elgar Publishing. INC. 2002
- 13 RUS, G DE Y CAMPOS, J. El Sistema de Transporte Europeo. Un análisis económico Síntesis 2001
- 14 PABLO DE MARTÍ, F. La Movilidad Empresarial en la Industria Española Tesis doctoral. Universidad de Alcalá 2000
- 15 SINCLAIR, T. y STABLER, M. The Economics fo Tourism Routledge 1997
- 16 CALLEJÓN, G.; BEL, M. T. y SEGARRA, A. Economía Industrial Cívitas 2001
- 17 FERNÁNDEZ DE CASTRO y DUCH, N. Economía Industrial: Un enfoque estratégico McGraw Hill 2003
- 18 SEGURA, J. Teoría de la Economía Industrial Cívitas 1993
- 19 TIROEL, J. La Teoría de la Organización Industrial Ariel 1990
- 20 MARTORELL, O Cadenas Hoteleras. Análisis Top 10 Ariel 2002
- 21 RAMÓN, A. B. La Expansión del Sector Hotelero Español Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM 2002
- 22 CASTEJÓN, R. y otros Introducción a la Economía para Turismo Prentice-Hall 2002
- 23 LIPSEY, R. G. Introducción a la Economía Positiva Vicens Vives 1989
- 24 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Introducción al Turismo OMT 1998
- 25 PINDYCK, R. S. y HOLDEN, R. K. Estrategia y Tácticas de precios Prentice Hall 2001
- 26 IGLESIAS, R. Comercialización de Productos y Servicios Turísticos Síntesis 1995
- 27 NAGLE, T.T. y HOLDEN, R.K. Estrategia y Tácticas de Precios Prentice-Hall 2002
- 28 ÁLVAREZ, A. La Medición de la Eficiencia y la Productividad Pirámide 2001

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- BULL, A. La Economía del Sector Turístico Alianza Editorial 1995
Bloques temáticos: Estructura de mercados; El oligopolio y el poder de mercado; Barreras de entrada en el Turismo; Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo; Fusiones y adquisiciones; Políticas en el ámbito del turismo
- COOPER, FLETCHER, FYALL, GUILBERT Y WANHILL El Turismo Teoría y Práctica Síntesis 2007
Bloques temáticos: Estructura de mercados
- HOSTELTOUR Crisis y Oportunidad. Fusiones y quiebras que han remodelado el Sector Turístico. Hoseltur 2011
Bloques temáticos: Políticas en el ámbito del turismo
- INE Clasificación CNAE y CNPA www.ine.es
Bloques temáticos: El oligopolio y el poder de mercado
- KRUGMAN, P. Y WELLS, R. Microeconomía Reverté 2006
Bloques temáticos: Estructura de mercados; El oligopolio y el poder de mercado; Barreras de entrada en el Turismo
- LUIS CABRAL Economía Industrial McGraw Hill 1997
Bloques temáticos: Estructura de mercados; El oligopolio y el poder de mercado; Barreras de entrada en el Turismo; Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo; Fusiones y adquisiciones; Políticas en el ámbito del turismo
- MESA DEL TURISMO <http://www.mesadelturismo.com/common/mt/compendio/tematico.shtml> 2011
Bloques temáticos: Políticas en el ámbito del turismo
- PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020 HORIZONTE 2020 www.turismo2020.es
Bloques temáticos: Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo
- STIGLITZ, J. E. Economía Ariel 1993
Bloques temáticos: Barreras de entrada en el Turismo; Discriminación de precios y diferenciación de productos en el Turismo
- TRIBE, J. Economía del Ocio y el Turismo Síntesis 2000
Bloques temáticos: Fusiones y adquisiciones; Políticas en el ámbito del turismo
- URIEL, MONFORT, FERRI Y FERNÁNDEZ DE GUEVARA El Sector Turístico en España Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM 2001
Bloques temáticos: Estructura de mercados



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	302 (50151) Contabilidad de Empresas Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas		
Departamento::	(62) FINANZAS Y CONTABILIDAD (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD		

REQUISITOS PREVIOS.

Para cursar esta asignatura no existen unos requisitos previos obligatorios. No obstante es muy recomendable que el alumno domine los contenidos de la asignatura de 2º curso: Introducción a la Contabilidad.

SISTEMAS EVALUACIÓN

- 1.- Realización de actividades en el aula o fuera de ella (ejercicios prácticos, trabajos individuales o en grupos). Las puntuaciones obtenidas aportarán un mínimo del 20% a la calificación final del alumno y podrán incluir tanto preguntas tipo test, preguntas de desarrollo corto como ejercicios prácticos.
- 2.- Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. Las puntuaciones obtenidas aportarán un máximo del 80% a la calificación final del alumno y podrá incluir tanto preguntas tipo test, preguntas de desarrollo corto como ejercicios prácticos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se potenciará la participación activa del alumno con apoyo de herramientas de enseñanza virtual.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª: EL SECTOR HOTELERO: INTRODUCCIÓN

- 1.- Clasificación de las empresas turísticas.
- 2.- Características de las empresas hoteleras.

Lección 2ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LOS INGRESOS

- 1.- Introducción.
- 2.- Análisis de las cuentas de ingresos en la empresa hotelera.
- 3.- La valoración de los ingresos en el Plan General de Contabilidad.
- 4.- Las prestaciones de servicios a través de agencias de viajes.

Lección 3ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LOS GASTOS (I)

- 1.- Introducción.
- 2.- Gastos por aprovisionamientos.
- 3.- Gastos por servicios exteriores y otros servicios.
- 4.- Gastos financieros.
- 5.- Gastos derivados del uso o cesión del capital real.



Lección 4ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LOS GASTOS (II)

- 1.- Gastos de personal.
- 2.- Tributos ligados a la explotación.
- 3.- Correcciones de valor.
- 4.- Impuesto sobre el beneficio.

Lección 5ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE BALANCE (I)

- 1.- Introducción
- 2.- Activo no corriente.
- 3.- Activo corriente.

Lección 6ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE BALANCE (II)

- 1.- Patrimonio Neto.
- 2.- Pasivo no corriente.
- 3.- Pasivo corriente.

Lección 7ª: LAS CADENAS HOTELERAS

- 1.- Definición de cadenas hoteleras y fórmulas de integración.
- 2.- El contrato de franquicia hotelera.
- 3.- El contrato de arrendamiento hotelero.
- 4.- El contrato de gestión hotelera.
- 5.- El Gross Operating Profit o Resultado Operativo Bruto.

Lección 8ª: LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

- 1.- Introducción.
- 2.- Capital social, fianzas y seguros.
- 3.- Aspectos contables.
- 4.- La contabilidad en las actividades de intermediación.
- 5.- La contabilidad en las actividades de organización.

Lección 9ª. FORMULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE

- 1.- El flujo de fondos y la caja. La gestión financiera como ayuda en el análisis, diagnóstico y solución de problemas empresariales.
- 2.- La formulación de la información contable para usuarios internos y externos: las cuentas anuales y elementos de auditoría.
- 3.- Análisis patrimonial: liquidez, solvencia, rentabilidad y valoración de empresas.

COMPETENCIAS

Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.

Conocer las herramientas necesarias para el análisis de los estados contables y los criterios para la interpretación de los mismos.: Gestionar los recursos financieros.

Conocer los instrumentos necesarios para poder evaluar las operaciones de inversión y financiación más usuales en la empresa turística.

Conocer las principales fuentes de financiación de las empresas turísticas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BESTEIRO VARELA, M.A. y MAZARRACÍN BORREGUERO, M.R. Contabilidad financiera superior Pirámide Madrid 9788436825466 2011

GARCÍA MARTÍN, V. (Coord) Contabilidad. Adaptada al PGC 2008 Pirámide Madrid 9788436825497 2011

LOSILLA, M.F, MORENO, A. y RODRÍGUEZ, F. Prácticas de contabilidad financiera Garceta Madrid 9788492812356 2011

OSÉS GARCÍA, J. y GARCÍA MARIMÓN, X. 108 ejercicios de valoración en contabilidad financiera Garceta Madrid 9788492812769 2010

Ley 37/1992 del Impuesto sobre el valor añadido

RD 1514/2007 por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad



BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- AECA La contabilidad de gestión en las empresas hoteleras AECA Madrid 8489959838 2005
- AMAT SALAS, O. Contabilidad y finanzas para hoteles EADA 9788486703844 1992
- ARCARONS SIMON, R. Manual de derecho administrativo turístico Síntesis Madrid 9788477386780 1999
- GUIJARRO CABRERA, R. Manual práctico sobre la fiscalidad en las agencias de viajes Finantur 9788461544400 2011
- GUTIERREZ VIGUERA, M. Contabilidad de agencias de viajes mayoristas Técnica contable 2005
- GUTIERREZ VIGUERA, M. Contabilidad de agencias de viajes minoristas (I) Técnica contable 2005
- GUTIERREZ VIGUERA, M. Contabilidad de agencias de viajes minoristas (y II) Técnica contable 2005
- GUTIERREZ VIGUERA, M. Contabilidad de empresas hoteleras Técnica contable 2005
- GUTIERREZ VIGUERA, M. La aplicación por sectores del nuevo Plan General de Contabilidad CISS Madrid 9788482357577 2008
- VACAS GUERRERO, C. Curso básico de contabilidad financiera Síntesis Madrid 9788477381327 2002
- VACAS GUERRERO, C. La contabilidad del IVA en las agencias de viajes Actualidad Financiera 1993



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	303 (50152) Inglés Aplicado al Turismo III		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (345A) FILOLOGÍA INGLESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a. Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula / fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar: Resolución de casos y tareas relacionadas con los contenidos de la asignatura

Tipo de prueba: Audiorales y escritas

Número de pruebas: 4

2 pruebas audiorales 20%

2 pruebas escritas 20%

Componente de la calificación 40%

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (60%) que a su vez se compondrá de:

10% Gramática

10% Conocimiento lenguaje turístico

10% Comprensión escrita

10% Comprensión oral

20% Producción escrita

b. Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas entre los estadios inferiores [B1.1] y superiores [B1.2] de B1 (según los niveles del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas)

En la segunda convocatoria ordinaria de septiembre y otras convocatorias extraordinarias posteriores, la calificación de las pruebas audiorales del apartado de evaluación continua se llevará a cabo a través de un examen oral (20%). Asimismo, la calificación de las pruebas escritas del apartado de evaluación continua se llevará a cabo a través de una o varias cuestiones que se añadirán a la prueba escrita (20%).



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional funcional, según el modelo comunicativo, basada en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda, de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura anglosajonas, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (anglosajona e hispana) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización siempre en relación con el ámbito turístico. Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en la cultura anglosajona, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el estudiante de un sistema de estrategias, saberes y saber hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les animará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en diversos medios del sector turístico.

Las clases se impartirán en inglés.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición y desarrollo de los conocimientos temáticos específicos correspondientes a la asignatura.

1.2. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita y producción oral, comprensión oral.

1.3. Adquisición y desarrollo de los contenidos léxicos y gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión/producción oral.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Práctica de las destrezas de producción y comprensión oral.

4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, preparación de las tareas dirigidas.

5. Actividades complementarias que puedan contribuir a ampliar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

C. Evaluación: Realización de exámenes y pruebas de evaluación

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: MÓDULO 1: Trends in tourism: Present and future

BLOQUE TEMÁTICO: MÓDULO 2: Running the business 1: Management in tourism

BLOQUE TEMÁTICO: MÓDULO 3: Running the business 2: Improving quality and service in tourism

COMPETENCIAS

Conocer y utilizar la lengua inglesa en el ámbito profesional en general y muy especialmente en el entorno turístico. Trabajar en inglés como lengua extranjera a partir de la adquisición de la competencia comunicativa en lengua inglesa en un nivel situado entre los estadios inferiores [B1.1] y superiores [B1.2] de B1 (según los niveles del Marco Europeo de Referencia para la Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico.



El desarrollo, conocimiento y manejo de competencias lingüísticas generales y especializadas en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica y léxica (con especial atención a la terminología específica de turismo).

El desarrollo de las competencias pragmáticas en sus vertientes discursiva y funcional para aprender hábitos y rutinas del sector profesional turístico, y adquirir y manejar habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.

El desarrollo de las competencias sociolingüística y sociocultural para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico para analizar y aprender aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, las costumbres y la vida cultural como iniciación a la reflexión intercultural.

En definitiva, conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, a través de la adquisición de una progresiva comprensión y producción del idioma para trabajar en medios culturales desde un punto de vista lingüístico.

Competencias Transversales

Competencia 1: Creatividad

Competencia 2: Iniciativa y espíritu emprendedor

Competencia 3: Motivación por calidad

Competencias Específicas:

13, 15, 29 del Libro Blanco de Grado de Turismo

Competencia número 13: Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

Competencia número 15: Trabajar en inglés como lengua extranjera

Competencia número 29: Trabajar en medios socioculturales diferentes

Desarrollo de las Competencias número 13, 15 y 29

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- BAADE, Kate et alia Business Result Intermediate Oxford University Press 2009 Manual
- BODWIN, Glenn, et alia Events Management Butterworth-Heinemann 2006 Eighth Edition. Manual
- BUHALIS, Dimitrios eTourism. Information technology for strategic tourism management Pearson 2002 Manual
- EMMERSON, Paul Business Grammar Builder Macmillan 2002 Gramática
- EMMERSON, Paul Business Vocabulary Builder Macmillan 2009 Vocabulario
- HOLLOWAY, Christopher The Business of Tourism Prentice Hall 2009 Manual
- PAGE, Stephen Tourism Management: Managing for Change Butterworth-Heinemann 2003 Manual
- RAIMES, Ann Grammar Troublespots Cambridge University Press 2004 Gramática
- SHEPARD WONG, Mary You said it! Cambridge University Press 1998 Pronunciación
- SMOKE, Trudy A Writer's Workbook Cambridge University Press 2005 Manual
- STRAUCH, Ann O.; Robert YOUNG Nitty Gritty Grammar Cambridge University Press 2005 Gramática
- SWEENEY, Simon English for Business Communication Cambridge University Press 2003 Second Edition. Manual
- WALKER, Robin; HARDING, Keith Tourism 3 Oxford Univesity Press 2009 Manual
- WILLIAMS, Erica J. Presentations in English Macmillan 2008 Manual
- ZEMACH, Dorothy; Carlos ISLAM Writing in Paragraphs Macmillan 2010 Manual



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	304 (50153) Marketing Turístico		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Marketing turístico		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de universidad: marketing turístico		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Un examen final escrito, que será complementado con las calificaciones obtenidas como consecuencia de la participación activa del alumno en las prácticas realizadas en el transcurso de la asignatura.

La participación del alumno en prácticas supondrá un 20% de la calificación final. La asistencia a clase es obligatoria.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

Adecuación a la materia impartida en clase, junto a los archivos que estén en el aula virtual y la bibliografía complementaria que existe en el programa de la asignatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

COMPONENTE TEÓRICO DE LA ASIGNATURA:

Desarrollo de clases magistrales para la impartición de conceptos básicos teóricos. Los alumnos deberán acudir a la bibliografía recomendada en cada capítulo para ampliar los contenidos explicados en las sesiones académicas teóricas, así se fomenta el autoaprendizaje del alumno.

COMPONENTE PRÁCTICO DE LA ASIGNATURA:

Se potenciará el aula virtual de la asignatura para realizar las prácticas necesarias para cada tema desarrollado en la teoría, donde serán los alumnos los que realicen el trabajo aplicado a un caso de la realidad turística.

Se potenciará especialmente la participación del alumno a través de la discusión de artículos, casos y trabajos en grupo. Los alumnos podrán realizar, bajo la supervisión de los profesores, trabajos que complementarán la nota final

El profesor podrá a lo largo del curso, instar a los alumnos a participar en seminarios prácticos relacionados con el mundo del marketing o con el mundo turístico, pudiendo dar lugar a tareas específicas relacionadas con estos seminarios.

Se podrá igualmente realizar alguna visita externa, planificada con anterioridad, a algún centro de especial interés dentro del marketing turístico malagueño para que así el alumno pueda conocer de primera mano como trabajan en la realidad los profesionales del sector.

Durante el transcurso del curso se organizará algunas conferencias a impartir por profesionales del ámbito del marketing turístico y se potenciará y valorará la asistencia y participación de los alumnos a actividades complementarias relacionadas con esta disciplina.

Utilización de las aulas de informática para el desarrollo de trabajos prácticos por parte de los grupos realizados por los alumnos.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª EL PRODUCTO TURÍSTICO COMO BASE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

1. Concepto y características del producto turístico.
2. La gestión de la oferta de servicios.
3. El ciclo de vida del producto y el marketing turístico
4. La marca y el producto turístico
5. La diferenciación y el posicionamiento del producto turístico



Lección 2ª LA GESTIÓN DE LA SERVICIO EN LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

1. El sistema de servicio en la empresa turística.
2. La gestión de la participación del cliente.
3. La gestión del soporte físico.
4. La gestión del personal en contacto.

Lección 3ª LA CALIDAD COMO OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto e importancia de la calidad.
2. La gestión de la calidad en las empresas turísticas.
3. Estrategias para la mejora de la calidad en las empresas turísticas.

Lección 4ª LA VARIABLE PRECIO Y LAS CONDICIONES DE VENTA

1. Importancia de la variable precio en la comercialización de los productos turísticos.
2. Condicionantes para el diseño de la estrategia de precios en la empresa turística.
3. Métodos de fijación de precios.
4. Estrategias de precios en el sector turístico.

Lección 5ª LA DISTRIBUCIÓN EN EL TURISMO

1. La distribución comercial y el marketing turístico
2. Diseño y análisis del canal de distribución en el sector turístico.
3. Los sistemas verticales de marketing en la distribución turística

Lección 6ª ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. Tipología de intermediarios en el sector turístico.
2. Las agencias de viajes y touroperadores en la distribución turística.
3. Los GDS y las centrales de reservas en la distribución turística.
4. Otros intermediarios y agentes en el entorno de la distribución turística

Lección 7ª ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. El mix de la comunicación en los productos turísticos.
2. La publicidad y los productos turísticos.
3. Promoción de los productos turísticos.
4. El marketing directo en el sector turístico.
5. Otros instrumentos en la comunicación turística.

COMPETENCIAS

Competencia número 6: Tener una marcada orientación de servicio al cliente (C6 LBGT)

Competencia número 11: Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales(C11 LBGT)

o Conocer las herramientas básicas para desarrollar el marketing turístico hoy

o Conocer las relaciones necesarias con los otros entes que entran en juego en la comercialización

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

1. Conocer y valorar la necesidad y el papel del marketing aplicado al sector turístico.
2. Conocer las herramientas necesarias para poder realizar un análisis estratégico del marketing en turismo.
3. Conocer y saber aplicar las herramientas necesarias para que pueda trabajar las estrategias basadas en el marketing mix, aplicado al sector turístico.
4. Conocer la importancia de la calidad en los servicios turísticos.
5. Conocer las herramientas necesarias y pasos necesarios para poder realizar un plan de marketing para el sector turístico.



COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (SABER):

1. Capacidad de análisis y síntesis.
2. Ser capaz de trabajar en equipo.
3. Capacidad para organizarse y planificarse.
4. Capacidad para gestionar el tiempo de los trabajos que tiene que realizar, de forma individual y en grupo.
5. Capacidad para aprender de forma autónoma.
6. Capacidad para buscar y analizar información, sabiendo gestionar la bibliografía existente.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (SABER HACER):

1. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
2. Capacidad de reunir e interpretar datos de información relevante del área de marketing
3. Capacidad para usar las NNTT, así como los programas de software básicos : Word, Excel, power point.
4. Tener pensamiento estratégico
5. Ser capaz de trabajar de forma autónoma, siguiendo plazos establecidos
6. Ser capaz de defender ante el público trabajos prácticos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS ACTITUDINALES:

1. Ser capaz de trabajar en equipo.
2. Poseer motivación por la calidad.
3. Ser capaz de generar espíritu crítico ante la gestión de marketing.
4. Ser capaz de emitir informes sobre situaciones concretas en acciones de marketing en el turismo.
5. Poder integrarse en el área de marketing o crearla en una empresa del sector turístico.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Albert Piñole, I. Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes Cerasa 1999
- Alcaide, Juan Carlos Fidelización de clientes Esic 2010
- Alcázar Martínez, Benjamín del Los canales de distribución en el sector turístico Esic 2002
- Antón Clave, S. Parques Temáticos Ariel 2055
- Bigne, E.; Font, X.; Andreu, L. Marketing de destinos turísticos. Esic 2000
- Biosca, D. 200 ideas para atraer clientes a un hotel Gestión 2000 2003
- Borja, L.; Casanovas, J.A.; Bosch, R. El consumidor turístico Esic 2002
- Calle Vaquero, M. De la ciudad histórica como destino turístico Ariel 2006
- Calle Vaquero, M. De la ciudad histórica como destino turístico Ariel 2006
- Chias, J. El negocio de la felicidad Prentice Hall 2004
- Edger, R.; Buhalis, D. Etourism case studies: management and marketing issues in etourism Elsevier 2008
- Eiglier, P; Langedard, E. Servucción: el marketing de los servicios McGraw Hill 1991
- Elizagarate, V. Marketing de ciudades Pirámide 2003
- Font, J. Casos de turismo cultural Ariel 2004
- García Henche, B. Marketing del turismo rural Pirámide 2003
- Kotler, P.; Bowens, J.; Makens, J.; Rufín, R.; Reina, M. Marketing para turismo Prentice Hall 2004
- Kozak, M.; Andreu, L. Progress in tourism marketing Elsevier 2006



- Lanquart, R. Marketing turístico Ariel 2001
- Llano, F.; Calvo, J. Hoy es marketing Esic 2007
- McCabe, S. Marketing communications in tourism and hospitality: concepts, strategies and cases Elsevier 2008
- Mediano, L. La gestión de marketing en el turismo rural Pearson 2004
- Middleton, V.T.C. Marketing in travel and tourism Heinemman 2001
- Munuera, J.L.; Rodríguez, A.I. Estrategias de marketing Esic 2007
- Muñoz Oñate, F. Marketing turístico Cerasa
- Pike, S. Destination marketing: an integrated marketing communication approach Elseiver 2008
- Rey, M. Fundamentos de marketing turístico Síntesis 2004
- Santesmases Mestre, M. Marketing: conceptos y estrategias Pirámide 2007
- Seaton, A.V.; Bennet, M.M Marketing tourism products: concepts, issues, cases Thomson 1996
- Serra, A. Marketing turístico Pirámide 2002
- Shoemaker, S.; Lewis, R.C. Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage Pearson 2007
- Witt, S.F.; Moutinho, L. Tourist marketing and management handbook Prentice Hall 1994



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	305 (50154) Psicología Social del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Psicología social del turismo		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de universidad: Psicología social del turismo		
Departamento::	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES (740A) PSICOLOGÍA SOCIAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Se realizará un examen de 40 ítems con 3 opciones de respuesta.

Tanto la parte teórica como la práctica se evalúan en el examen.

Habrán 28 preguntas referidas a la teoría, y 12 preguntas sobre las prácticas realizadas en clase.

Examen teórico: 70%

Evaluación continua (prácticas): 30%

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

La prueba objetiva estará compuesta de ítems de opción múltiple (tres opciones). La fórmula para su corrección es:

$\text{aciertos} - (\text{errores} / 2)$

BAREMO DE CALIFICACIONES

Suspenso: puntuación de 0 a 4.9

Aprobado: puntuación de 5 a 6.9

Notable: puntuación de 7 a 8.9

Sobresaliente: puntuación de 9 a 10 puntos



ACTIVIDADES FORMATIVAS

El principal recurso utilizado será la lección, exponiendo en líneas generales cada uno de los temas y acompañándolos con diversos ejemplos prácticos que clarifiquen el contenido teórico. Además, durante las sesiones de clase, se realizarán diversas PRÁCTICAS que facilitarán la comprensión del contenido teórico del presente programa.

Actividades complementarias:

La participación del alumnado en proyectos o trabajos de investigación en curso, vinculados temáticamente a la asignatura y dirigidos desde el área de conocimiento de Psicología Social.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Tema 1. Introducción a la Psicología Social del Turismo.

1. Definición de psicología social.
 - 1.1. La psicología social frente al reduccionismo, la metafísica y el sentido común.
 - 1.2. La peculiaridad del enfoque psicosocial.
 - 1.3. Contenidos de la psicología social
2. Psicología Social del Turismo.
 - 2.1. Procesos de influencia turista-residente (interpersonal).
 - 2.2. Procesos de influencia cultura de origen-cultura visitada (intergrupar).

Tema 2. Influencia social.

1. Normalización.
2. Conformidad.
 - 2.1. Obediencia.
3. Innovación.
4. Patrones de influencia.

Tema 3. Percepción de personas y de sus acciones.

1. Introducción.
2. Comunicación no verbal.
3. Formación de impresiones.
 - 3.1. Modelos.
 - 3.2. Factores influyentes.
 - 3.3. Expectativas del perceptor.
4. Atribución de causalidad.
 - 4.1. Aportación de Heider.
 - 4.2. Teoría de la inferencia correspondiente.
 - 4.3. Covariación y configuración (Kelley).
 - 4.4. Sesgos atributivos.

Tema 4. Estereotipos y relaciones intergrupales.

1. ¿Qué son los estereotipos? Definición.
2. Estereotipos, prejuicio y discriminación.
3. Funciones sociales de los estereotipos.
4. Orientaciones teóricas.
5. Formación de estereotipos.
6. Representación de estereotipos.
7. Mantenimiento de los estereotipos.
8. Aplicación de los estereotipos.
9. Medición.
10. Estereotipos y medios de comunicación.

Tema 5. Turismo como forma de ocio, bienestar y calidad de vida.

1. Concepto de ocio.
2. Dimensiones del bienestar.



3. Beneficios del turismo como forma de ocio, bienestar y calidad de vida.

Tema 6. Motivación y satisfacción turísticas.

1. Motivación turística: Introducción.
2. Modelos y teorías explicativas.
 - 2.1. Modelos teóricos basados en la relación ocio-trabajo.
 - 2.2. Teoría psicográfica Plog.
 - 2.3. Modelo teórico de Crompton.
 - 2.4. Modelo teórico de Pearson.
 - 2.5. Modelo teórico de Goossens.
3. Principales líneas de investigación.
4. Motivación y satisfacción turísticas.
5. La autenticidad y su importancia en el marco de los viajes y del turismo.

Tema 7. Interacción turista y residente. Cambio de actitudes.

1. Hipótesis del contacto
 - 1.1. Condiciones favorecedoras para cambio actitud.
 - 1.2. Cambio de actitud. Proceso de categorización.
2. Interacción turista-residente y categorización
3. Características de la interacción
 - 3.1. Asimetría
 - 3.2. Efecto demostración
 - 3.3. Transitoriedad y no repetitividad
 - 3.4. Escenarios de interacción
4. Factores moduladores
 - 4.1. Formato de viaje organizado
 - 4.2. Mediadores culturales
 - 4.3. Actitud de los residentes
5. Ideas para mejorar actitud turista-residente. Turismo sostenible

COMPETENCIAS

Objetivos:

Comprensión y conocimiento de los siguientes conceptos y procesos: conceptualización psicosocial del fenómeno turístico, diferenciación entre diferentes culturas y tipos de turistas, problemas metodológicos de la investigación en turismo, diferentes tipos de impacto provocado por el turismo, comprensión de la motivación y satisfacción turísticas, factores que influyen en la percepción de un destino turístico, influencia del turismo en el cambio de actitudes desde la óptica de la Hipótesis del Contacto y de la teoría de la Identidad Social, efectos de una experiencia intercultural, así como forma de afrontarla, importancia del marketing turístico, estrategias más utilizadas.

Competencias:

Competencias transversales/genéricas:

Desarrollar la capacidad de organizar la información y adquirir conocimientos de distintas fuentes documentales.

Aprender a identificar y definir problemas sociales relacionados con el uso del tiempo libre.

Saber aplicar diseños de trabajo e investigación que permitan obtener resultados contrastables.

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de gestión de la información

Capacidad o motivación por la calidad

Competencias específicas:

-Cognitivas (saber)

Conceptualización y comprensión de las variables psicosociales fundamentales para analizar, y comprender de manera crítica la realidad



social relacionada con la experiencia turística.

Conceptualización y comprensión de los elementos integrantes de la experiencia turística como forma de ocio.

-Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

Dotar al estudiante de los conocimientos técnicos necesarios para la evaluación de la motivación de los sujetos con la experiencia turística.

Dotar al estudiante de los conocimientos técnicos necesarios para la evaluación de la satisfacción de los sujetos con la experiencia turística.

Conseguir que el estudiante realice un análisis comparativo y crítico de los diferentes instrumentos que evalúan la percepción de ocio turístico, su motivación y su satisfacción

-Actitudinales (Ser):

Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia del ocio en la calidad de vida, la felicidad y el bienestar social.

Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia del ocio en la experiencia turística.

Desarrollar una conciencia crítica frente a determinadas formas de establecer la relación profesional-turista

Favorecer la toma de conciencia del alumnado acerca de su papel futuro como profesional implicado en el diseño e implementación de actuaciones sociales en el ámbito del turismo.

Descubrir intereses profesionales relacionados con el ámbito del turismo.

COMPETENCIAS:

Competencia número 1: Comprender los principios del turismo su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)

o Comprender los principios del turismo: su dimensión social y psicológica.

o Conocer los procesos psicosociales básicos.

o Saber describir y medir los procesos de interacción social en el contexto turístico.

Competencia número 29: Trabajar en medios socioculturales diferentes (C29 LBGT)

o Saber describir y medir la estructura social y aplicarlo al contexto turístico.

o Ser capaz de identificar problemas y necesidades sociales en el contexto turístico.

o Saber analizar el contexto medioambiental en el que se desarrollan las conductas individuales y sociales.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Aronson, E. (1992). El animal social. Madrid: Alianza.

Blass, T. (1999). The Milgram paradigm after 35 years: Some things we now know about obedience to authority. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 955-978.

Castaño, J. M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Madrid: Thomson.

Fernández Sedano, I., Ubillos Landa, S., Zubieta, E., y Páez Rovira, D. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Pearson Educación.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press

Gaviria, E., Cuadrado, I. (2009). *Introducción a la psicología social*. Madrid: Sanz y Torres.

Gómez Jiménez, A. (2007). Estereotipos. En Morales, J. y otros (coords.). *Psicología Social*, (pp.214-241). Madrid: McGrawHill

Hogg, M. A, Vaughan, G. M. (2010). *Psicología social*. Madrid: Médica Panamericana.

Huici, C. (1999). Estereotipos. En Morales, J. (Ed). *Psicología Social*, (pp.87-98). Madrid: McGrawHill.

Milgram, S. (1963). Behavioral Study of Obedience". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.

Moral, F. e Igartua, J.J. (2005). *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Málaga: Aljibe.

Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. C. y Cuadrado, I. (2007). *Psicología Social*. Mc Graw Hill. Madrid.

Rodríguez, G. y Cruz, K. P. (2006). Identidad Social y Política en la Transición Democrática Mexicana. *Revista Interamericana de Psicología*, 40 (1), 5-11.

Rodríguez Pérez, A. (2007). Nosotros somos humanos, los otros no. El estudio de la deshumanización e infrahumanización en psicología. *Revista IPLA*, 1(1), 28-39.

San Martín García, J. E. (2004). *Psicosociología del ocio y el turismo*. Archidona, Málaga: Aljibe.

Sangrador, J. L., Yela, C. y Jiménez Burillo, F. (2002). ¿Son peligrosos los estereotipos? En S. Worschel, J. Cooper, G. Goethals, y J.Olson. *Psicología Social*, (pp.205-206). Madrid: Thomson.

Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	306 (50155) Derecho Administrativo Turístico		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Derecho aplicado al sector turístico		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: derecho aplicado al sector turístico		
Departamento::	(9) DERECHO PÚBLICO (125A) DERECHO ADMINISTRATIVO		

SISTEMAS EVALUACIÓN

El sistema de evaluación se integrará de los siguientes componentes:

- La realización -con aprovechamiento- de las actividades que se enumeran como clases prácticas en el apartado referido a la metodología docente, podrá suponer como máximo el 30% de la nota final de la asignatura.
- Un examen final de carácter teórico práctico, que supondrá el 70% de la calificación final de la asignatura.

No obstante, el profesor puede realizar una evaluación continua en la que el estudiante puede superar la asignatura sin examen final. El alumno que, iniciado este sistema de evaluación continua, no lo supere o no realice alguna de las actividades podrá presentarse al examen final, siguiendo los porcentajes anteriormente indicados.

En este sentido se considerará utilizada la convocatoria con la mera asistencia al examen, aunque el mismo no se realice, o bien, con la realización de todas las actividades prácticas propuestas para la superación de las asignatura por evaluación continua.

Como criterios de evaluación el profesor responsable de la asignatura y grupo tendrá en cuenta: la suficiencia y corrección de los conocimientos propios de la asignatura; la capacidad de deducción, extrapolación y aplicación de tales conocimientos; rigor, sistematicidad, coherencia y claridad expositivas, la corrección lingüística y la intervención activa en clase.

Como apoyo a la actividad docente y de evaluación se podrá utilizar el campus virtual para la realización de tareas, foros, cuestionarios y otros recursos. La Universidad de Málaga no es una universidad a distancia, con independencia de la utilidad de las TICs para el mejor desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

El sistema de evaluación para la segunda convocatoria ordinaria y para la extraordinaria consistirá en un examen teórico-práctico, que supondrá el 100% de la calificación, sin perjuicio de que para la segunda convocatoria ordinaria el profesor pueda tener en cuenta el trabajo práctico realizado por el alumno durante el semestre.

Las calificaciones de la asignatura se darán a conocer a los alumnos a través del tablón oficial dispuesto en el Centro, sin perjuicio de la posible utilización del campus virtual o del programa Alfíl para tal fin.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se realizará un análisis teórico-práctico de las instituciones del Derecho Administrativo.

Las clases teóricas se impartirán mediante clase magistral, con soporte en TIC, si es necesario, y debate en gran grupo (competencias C1, C2 y C3).

Las clases prácticas consistirán en algunas de las siguientes actividades: a) Planteamiento de un problema o de un supuesto práctico, identificación de los aspectos a resolver y estrategia de resolución con exposición y discusión oral en clase; b) lectura e interpretación de textos legales, doctrinales y jurisprudenciales; c) realización de esquemas, organigramas, mapas conceptuales o resúmenes; d) presentación de informes jurídicos, recensiones y ensayos bibliográficos, individuales o colectivos; e) búsqueda de documentación: bibliografía, bases de datos, sentencias para su análisis, elaboración de trabajos y estudios. Con estas actividades prácticas se deben alcanzar las competencias C1, C2, C3, C4 y C5.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª NOCIONES GENERALES SOBRE EL DERECHO ADMINISTRATIVO.

1. La división de poderes.
2. Administración y Gobierno.
3. El concepto de Derecho Administrativo.
4. El Derecho Público y el Derecho Privado en la Administración Pública.
5. Las Fuentes del Derecho Administrativo. Especial análisis de la normativa andaluza y a la legislación estatal para la igualdad efectiva de hombres y mujeres y para la igualdad de oportunidades y accesibilidad de las personas discapacitadas.

Lección 2ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA I

1. Clases de Administraciones Públicas
2. La Administración general del Estado.
3. Las Comunidades Autónomas.
4. La Administración local.

Lección 3ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA II.

1. La Administración Institucional
2. Las Corporaciones de Derecho Público representativas de intereses económicos y profesionales.

Lección 4ª LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA Y ACTO ADMINISTRATIVO

1. Concepto, elementos y clasificación de los actos administrativos.
2. Eficacia de los actos administrativos.
3. Suspensión de la eficacia: del acto administrativo.
4. Invalidez de los actos administrativos.
5. La ejecución forzosa.

Lección 5ª EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

1. Concepto, regulación y principios del procedimiento administrativo.
2. Fases del procedimiento administrativo
3. El silencio administrativo.

Lección 6ª LOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

1. Características generales y normativa reguladora
2. Clases de recursos administrativos
3. El procedimiento de tramitación de los recursos administrativos.
4. El recurso contencioso-administrativo.

SEGUNDA PARTE

Lección 7ª LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN MATERIA DE TURISMO I.

1. La actividad administrativa de fomento: subvenciones, créditos e incentivos.
2. La actividad planificadora.

Lección 8ª LA INTERVENCIÓN ADMINISTRATIVA EN MATERIA DE TURISMO II.

1. La disciplina administrativa en materia de turismo, especial referencia a las autorizaciones y sanciones administrativas.
2. Los servicios públicos y la actividad turística.

Lección 9ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE.

1. La Legislación medio ambiental y la actividad turística.
2. Ley de Costas y turismo.
3. Los Espacios naturales Protegidos y la actividad turística.

Lección 10ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y PATRIMONIO HISTÓRICO _ ARTÍSTICO



1. Concepto y régimen jurídico del patrimonio histórico-artístico.

COMPETENCIAS

- C1. Comprender y conocer las principales instituciones jurídico públicas en su génesis y conjunto, así como desarrollar la capacidad para utilizar los principios y valores constiucionales como herramienta de trabajo en la interpretación del ordenamiento jurídico.
- C2. Adquirir una conciencia crítica en el análisis del ordenamiento jurídico público.
- C3. Desarrollar la capacidad para la utilización de fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales).
- C4. Adquirir la capacidad de redactar escritos jurídicos y desarrollar las técnicas de argumentación jurídica.
- C5. Adquirir la capacidad de búsqueda de la información jurídica (bases de datos de legislación, jurisprudencia, bibliografía, internet).
- C6. Motivación por la calidad.
- C7. Conocimiento de una lengua extranjera.
- C8. Capacidad de decisión.
- C9. Capacidad de organización y planificación.
- C12. Adaptación a nuevas situaciones.
- C11. Creatividad

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ARCANONS SIMÓN, R. Manual de Derecho Administrativo Turístico. Madrid. Ed. Síntesis, 2000.
- BOUAZZA ARIÑO, OMAR Ordenación del territorio y Turismo (un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio). Ed. Atelier.2006.
- FERNÁNDEZ ORTEGA, M. Introducción al Derecho para el Sector Turístico.Madri. Thonson Aranzadi, 2005
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ T.R Derecho Administrativo del Turismo. Barcelona. Ed. Marcial Pons.2001.
- JAIMEZ GAGO, ISABEL. Comentarios a la Ley de Ordenación del Turismo en Andalucía.ED. Dykinson, 2ª edi, 2010



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	307 (50156) Difusión Turística del Patrimonio Cultural		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Patrimonio		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: Patrimonio		
Departamento::	(28) HISTORIA DEL ARTE (465A) HISTORIA DEL ARTE		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación final será el resultado de la suma de la calificación de una prueba escrita, que computará el 80 % de la evaluación, y las actividades prácticas, que contabilizarán el 20 % restante. Dentro de este último porcentaje estará incluido también la asistencia a clase, que será obligatoria y evaluable, y que contabilizará un 5%.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades concretas de esta asignatura

1. Exposición de contenidos en clases presenciales
2. Comentarios de imágenes, textos o webs pertenecientes al patrimonio cultural.
3. Comentarios críticos de imágenes ilustrativas de algunas de las fórmulas empleadas para la protección, conservación o difusión del patrimonio cultural.
4. Elaboración de trabajos individuales y colectivos.
5. Exposición de trabajos individuales y colectivos.
6. Debates y reflexiones comunitarias sobre los contenidos de la asignatura.
7. Realización de trabajos voluntarios relacionados con la asignatura.
8. Realización de lecturas.
9. Tutorías personalizadas.
10. Asistencia voluntaria a jornadas, conferencias o actividades relacionadas con los contenidos de la asignatura
11. Actividades realizadas en pequeño grupo en sesiones supervisadas.
12. Visitas a espacios específicos relacionados con los contenidos de la asignatura.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** 1º. El papel del turismo en la difusión del patrimonio cultural
1º. El papel del turismo en la difusión del patrimonio cultural
- BLOQUE TEMÁTICO:** 2º. Museos convencionales, nuevos museos y difusión del patrimonio
2º. Museos convencionales, nuevos museos y difusión del patrimonio
- BLOQUE TEMÁTICO:** 3º. Difusión del patrimonio sobre el papel: guías y folletos turísticos
3º. Difusión del patrimonio sobre el papel: guías y folletos turísticos



BLOQUE TEMÁTICO: 4º. Las nuevas tecnologías en la difusión del patrimonio: webs, realidad aumentada, formatos mp3 y blue-tooth
4º. Las nuevas tecnologías en la difusión del patrimonio: webs, realidad aumentada, formatos mp3 y blue-tooth

BLOQUE TEMÁTICO: 5º. Interpretación frente a información: concepto y uso de la interpretación del patrimonio
5º. Interpretación frente a información: concepto y uso de la interpretación del patrimonio

BLOQUE TEMÁTICO: 6º. La información turística como profesión: el guía de turismo
6º. La información turística como profesión: el guía de turismo

BLOQUE TEMÁTICO: 7º. Patrimonio cultural y recurso turístico: las rutas culturales
7º. Patrimonio cultural y recurso turístico: las rutas culturales

COMPETENCIAS

Competencia número 1: Adquisición y asimilación de concepto de interpretación del patrimonio y sus técnicas

Competencia número 2: Adquisición del concepto, cometido, praxis profesional y normativa reguladora de la profesión de guía turístico

Competencia número 3: Adquisición de una capacidad analítica y crítica acerca de las guías y webs como herramientas de difusión del patrimonio cultural

Competencia número 4: Adquisición de un conocimiento amplio, crítico y suficiente del museo como herramienta de la difusión del patrimonio cultural

Competencia número 5: Adquisición de un conocimiento amplio y diversificado de las variables y técnicas para la elaboración de rutas culturales

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

QUEROL, M^a. Ángeles, . Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010

VV.AA., Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos nº. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

BALLART, Josep, El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, Barcelona, 1997.

Bloques temáticos: 4º. Las nuevas tecnologías en la difusión del patrimonio: webs, realidad aumentada, formatos mp3 y blue-tooth

BOLAÑOS, María, Historia de los Museos en España, Asturias, Ediciones TREA, 1997.

CHAMORRO, Victoria Eugenia, La Alhambra. El lugar y el visitante, Colección Plural, Biblioteca de La Alhambra, Córdoba, 2005.

CRESPI VALLBONA, Montserrat y PLANELLS COSTA, Margarita, Patrimonio Cultural, Madrid, Síntesis, 2003.

GÓMEZ, Julia y Quijano, Covadonga G., Rutas e itinerarios turísticos en España, Madrid, Síntesis, 1991.

GÓMEZ, Julia y Quijano, Covadonga G., Rutas e itinerarios turísticos en España, Madrid, Síntesis, 1991.

GONZÁLEZ PARRILLA, J. M^a. y CUENCA LÓPEZ, J.M^a., La Musealización del Patrimonio, Universidad de Huelva, 2009.

GUARINOS, V. Andalucía en la red. La construcción de la imagen de lo andaluz en internet

MARCHENA GÓMEZ, Manuel (Ed.), Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea, Sevilla, Turismo de Sevilla, Diputación de Sevilla, 1998.

MORALES MIRANDA, Jorge, Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio, Madrid, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1998.

MORALES MIRANDA, Jorge, Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio, Madrid, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1998.

PICAZO, Carlos, Asistencia y guía a grupos turísticos, Madrid, Síntesis, 1996.

PICAZO, Carlos, Asistencia y guía a grupos turísticos, Madrid, Síntesis, 1996.



QUEROL, M^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.

QUEROL, M^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.

QUEROL, M^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.

RAMOS LIZANA, Manuel, El turismo cultural, los museos y su planificación, Asturias, Ediciones TREA, 2007.

VALDÉS PELÁEZ, L. y RUIZ VEGA, A.V., Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1006.

VV.AA., Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos n^o. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.

VV.AA., Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos n^o. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.

VV.AA., Guía oficial de Museos de Andalucía 2010, Consejería de Cultura, 2010.

VV.AA., Rutas de España vv.vols., Barcelona, Planeta, 2006.

VV.AA., Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	308 (50157) Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

- 1.- Realización de actividades en el aula o fuera de ella (ejercicios prácticos, trabajo individual y de grupo). Las puntuaciones obtenidas aportarán un 30% a la calificación final del alumno. El profesor establecerá los plazos de entrega, y en cualquier caso, siempre antes de realizar el examen, independientemente de la convocatoria (ordinaria o extraordinaria) a utilizar por el alumno.
- 2.- Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. Las puntuaciones obtenidas aportarán un máximo del 70% a la calificación final del alumno. La fecha de realización serán las fijadas por la Junta de Centro. Los diferentes grupos asignados por el Centro, tendrán el mismo tipo de evaluación (puede especificarse en cada convocatoria diferentes variantes de exámenes con las mismas características, es decir, A, B, C, etc.). De la misma forma, tanto la bibliografía como el contenido del programa será idéntico para todos los grupos de la misma asignatura, independientemente del profesor que pueda impartir las clases y corrija las actividades.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno:
 - a. Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a las asignaturas que integran el módulo.
 - b. Clases prácticas. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo.
2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:
 - a. Estudio y lectura.
 - b. Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el módulo.
 - c. Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en las asignaturas que integran el módulo.
3. Evaluación: 10% de los créditos ECTS
 - a. Realización de exámenes y pruebas de evaluación.
 - b. Ejercicios prácticos.
 - c. Realización de Trabajos Dirigidos, etc.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

1. La producción en las empresas turísticas. Conceptos básicos.
2. Planificación y programación de la producción en la empresa turística.
3. Operaciones y procesos de producción en empresas de alojamiento y restauración.
4. Operaciones y procesos de producción en empresas de intermediación turística.
5. Sistemas de prevención de riesgos laborales.
6. La calidad en la empresa turística: concepto y gestión integral de la calidad.
7. Calidad y mantenimiento de equipos e instalaciones turísticas. Especial referencia a las instalaciones para facilitar el acceso a personas con discapacidad.
8. Los costes de la calidad y de la no calidad.
9. Auditoría de calidad.
10. Certificaciones de calidad aplicables en turismo.



COMPETENCIAS

Competencia número 20: Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento (C20 LBGT)

Competencia número 21: Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración (C21 LBGT)

Competencia número 22: Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación (C22 LBGT)

Competencia número 32: Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas (C32 LBGT)

o Conocer las normas de certificación de calidad.

o Conocer los sistemas de prevención de riesgos laborales y las normativas vigentes.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BAYÓN, F. Y MARTÍN, I. Operaciones y procesos de producción en el sector turístico Síntesis 2004

CASANUEVA ROCHA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J., CARO GONZÁLEZ, F.J. : Organización y gestión de empresas turísticas. Pirámide 2005

GARCÍA, J. Calidad total Cuaderno de Ciencias Económicas y Empresariales, nº 20 1997

GARCÍA, J. Gestión de la calidad del servicio. En "Manual práctico del management" Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias 2000

MARTÍN, I. La calidad en las empresas turísticas. En Actividad turística en 2009 AECIT 2010

PARRA, E.; CALERO, F. Gestión y dirección de empresas turísticas. McGrawHill. 2006

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, M. Procesos de trabajo. Teoría y casos prácticos Prentice Hall 2007



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	309 (50158) Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar	Tipo de prueba*	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
-----------------------------	-----------------	-------------------	-----------------------------------

Prácticas en aulas de

informática/laboratorio	Ejercicios prácticos	14	30%
-------------------------	----------------------	----	-----

TOTAL CALIFICACION 30%

* Tipo de prueba: examen de teoría, examen de ejercicios, pruebas tipo test, exposición de trabajos (individuales o en grupo), etc.

a.2) Realización de una prueba individual. En ella se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. (máximo 80% de la calificación final)

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba individual. Componente de la calificación final: 70%

Constará de dos partes:

1. Un test que representa el 20% de la calificación final en la que se deberá demostrar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la asignatura.
2. Una prueba práctica que representa un 50% de la calificación total en la que se deberán resolver casos usando el ordenador. Para valorar la prueba práctica se deberá obtener en el test del apartado a un mínimo del 40% de la calificación.

b) Criterios de corrección

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización en las tareas y ejercicios prácticos. Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso.

c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación
--------------------	-------------------------------

Evaluación continua	3 (Mínimo 2 puntos sobre un total de 10)
---------------------	--

Prueba individual	7 (Máximo 8 puntos sobre un total de 10)
-------------------	--



TOTAL CALIFICACION 10 Máximo 10 puntos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍA

Se llevarán a cabo dos tipos de actividades principales:

Clases presenciales teóricas y prácticas:

Clases teóricas: Explicación detallada del temario, casos prácticos y de los ejercicios propuestos por los profesores de la asignatura. Para el desarrollo de estas clases se utilizarán material audiovisual y en los equipos del aula de informática.

Clases prácticas: Realización, en las aulas de informática, de prácticas que hagan comprender con ejemplos el funcionamiento de las aplicaciones informáticas de gestión de empresas tipo del sector turístico. Se propondrán a lo largo de todo el curso un conjunto de tareas que se deberán resolver y entregar en clase.

Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno:

Se propondrán tareas a resolver como complemento a las clases presenciales, con el objetivo de reforzar los conocimientos de la materia.

TÉCNICAS DOCENTES:

Sesiones académicas teóricas: Sí

Sesiones académicas prácticas: Sí

Exposición y debate:

Tutorías especializadas:

Visitas y excursiones:

Controles de lecturas obligatorias:

Otros:

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

Tema 1. Introducción a los sistemas de información

1. Definición y tipos

2. Conectividad

3. Sistemas integrales: ERP, CRM, BI

Tema 2. Introducción a los sistemas informáticos de gestión hotelera



1. Área de gestión, ofimática, comunicaciones e inmótica
2. Gestión integrada de un sistema informático de gestión hotelera.
3. Ciclo de vida de los procesos.
4. Software de aplicación de gestión hotelera.

Tema 3. Gestión informatizada de procesos Back-Office y Front-Office.

1. Parametrización del sistema
2. Gestión del Cardex: clientes e intermediarios
3. Gestión de departamentos, centros productivos, servicios y tarifa
4. Gestión del Rack
5. Gestión de Reservas y Check-in
6. Gestión de cargos, facturación y Check-out
7. Procesos de integración con Back-office
8. Auditoría nocturna

Tema 4. Gestión informática de la intermediación turística.

1. Gestión informatizada de procesos de la gestión comercial de las agencias de viajes.
2. Gestión integrada de un sistema informático de agencias de viajes.
3. Software de aplicaciones de agencias de viaje.

Tema 5. Integración entre sistemas de comercialización

1. Conexión con sistemas de distribución globales
2. Integración de los sistemas de gestión hoteleros y centrales de reserva
3. Integración con sistemas de intermediación

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (C24 LBGT):

- Conocer diferentes aplicaciones informáticas de gestión de empresas turísticas.
- Conocer los principios básicos de las aplicaciones informáticas de gestión hotelera.
- Conocer los principios básicos de las aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.
- Conocer las tecnologías aplicadas al soporte de decisiones.
- Conocer la importancia de la integración de los sistemas informáticos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENERICAS

- Adquirir capacidades y habilidades creativas
- Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias (CT5 LBGT)

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber)

Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (C24 LBGT):

- Conocer diferentes aplicaciones informáticas de gestión de empresas turísticas.
- Conocer los principios básicos de las aplicaciones informáticas de gestión hotelera.
- Conocer los principios básicos de las aplicaciones informáticas de gestión de agencias de viajes.
- Conocer las tecnologías aplicadas al soporte de decisiones.



- Conocer la importancia de la integración de los sistemas informáticos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Bayón, Fernando y Martín, Inmaculada Operaciones y procesos de producción en el sector turístico Síntesis 2004
- Beroni Informática Front Office. Manual de usuario
- González, Lydia y Talón, Pilar Dirección hotelera. Operaciones y procesos Síntesis 2003
- Guevara, A. et. al. Sistemas Informáticos aplicados al Turismo Pirámide 2003
- Laudon, K. & Laudon, J. Sistemas de información gerencial. 10ª edición Pearson 2007
- Micros Fidelio Opera. User guide
- Millenium Soft Othello. Manual del usuario
- Pereyra, S. Informática Hotelera Dunken 2006
- Pipeline Software Orbis Windows. Manual de usuario
- Rutherford, D. y O'Fallon, M. Hotel management and operations, 4th Edition John Wiley and Sons 2007
- Torres Sánchez, M. Gestión informática hotelera Ideaspropias 2004



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	310 (50159) Planificación Territorial y Turismo Sostenible		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter:	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Planificación territorial y turismo sostenible		
Módulo en el que se integra:	Créditos comunes: planificación territorial y turismo sostenible		
Departamento:	(26) GEOGRAFÍA		
	(430A) GEOGRAFÍA FÍSICA		50%
	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		50%

SISTEMAS EVALUACIÓN

1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula.

Aplicaciones de la teoría: Elaboración de informe aplicado en Tema 2, 6 (23,3%)

Resolución de casos: Realización de 3 casos de estudio en Tema 1, 3, 4, 5 (46,7%)

Para aprobar la asignatura deberá obtener una puntuación mínima media de 3 puntos sobre 7.

2). Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos con un cuestionario de evaluación individual para cada bloque temático (30%)

Para aprobar la asignatura deberá obtener una puntuación mínima media de 3 puntos sobre 7.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente incluye sesiones de clases teóricas, clases prácticas y un seguimiento de los trabajos autónomos de los alumnos.

Clases teóricas.

Para cada tema, el profesor expondrá los contenidos principales con apoyo de material audiovisual, discusión de documentos y textos complementarios.

En la plataforma de enseñanza virtual se publicará un guión con los contenidos básicos de cada uno de los temas.

Actividades prácticas en el aula

Las sesiones prácticas serán utilizadas para la discusión de los temas, resolución de los problemas y orientar al estudiante en la elaboración individual o por medio de grupos de los trabajos prácticos aplicados a la planificación y al turismo sostenible. Dichas sesiones prácticas se utilizarán para:

- Búsqueda de fuentes de información en Internet.
- Análisis de la información turística y territorial.

Actividades prácticas no presenciales

- Lecturas obligatorias.
- Realización de casos estudios y aplicaciones de la teoría (informes aplicados).

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: LA IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y TURÍSTICA
TEMA 1. LA ORDENACIÓN Y PLANIFICACIÓN EN LOS ESPACIOS TURÍSTICOS. ASPECTOS GENERALES Y NORMATIVOS
TEMA 2. MODELOS Y TIPOS DE PLANIFICACIÓN



BLOQUE TEMÁTICO: DESARROLLO DE UN PLAN Y HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS

TEMA 3. LA ARQUITECTURA DEL PROCESO PLANIFICADOR

TEMA 4. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

BLOQUE TEMÁTICO: LA SOSTENIBILIDAD Y EL TURISMO SOSTENIBLE

TEMA 4. DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO SOSTENIBLE

TEMA 5. LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL TURISMO Y EL TURISMO SOSTENIBLE

OBSERVACIONES

Trabajos de campo -Salida Técnica: De carácter voluntario a un espacio de interés turístico.

COMPETENCIAS

Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.

Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad:

- Identificar las características de los modelos turísticos y su incidencia medioambiental y cultural.
- Conocer los principios, las reglas y los procedimientos del desarrollo sostenible.
- Conocer los condicionantes que deben imponerse para el desarrollo sostenible del turismo.
- Conocer políticas de desarrollo turístico sostenible.

Analizar los impactos generados por el turismo:

- Conocer los impactos producidos por la actividad turística.
- Conocer las técnicas de análisis.

Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado:

- Conocer las teorías, tipos y modelos de la planificación.
- Conocer las teorías y conceptos básicos del análisis de políticas.
- Conocer las herramientas e instrumentos de intervención pública.
- Conocer el contenido y la estructura de los distintos planes, a partir de ejemplos concretos.

Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación:

- Conocer las principales acciones relacionadas con la planificación turística contenidas en los planes públicos.
- Conocer los principios básicos de los instrumentos generales de planificación y ordenación del territorio (planes rectores, planes de ordenación...), así como de planificación y gestión de los espacios naturales.
- Conocer los sistemas de calidad y su aplicación en la planificación turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Anton Clavé, González Reverté (Coord.) A propósito del turismo : la construcción social del espacio turístico UOC 2008
- Anton Clavé, González Reverté (Coord.) Planificación territorial del turismo UOC 2005
- CROSBY PEREA, ARTURO Desarrollo turístico sostenible en el medio rural CEFAT 1993
- GUNN, CLARE, A. Tourism Planning. Basics concepts cases Taylor & Francis 1993
- IVARS BAIDAL, J.A Planificación turística de los espacios regionales en España Síntesis 2003
- MACINTOSH, R., GOELDNER, CH y RITCHIE, J.R Turismo. Planeación, administración y perspectivas Edt. Limusa. 1999
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Agenda para planificadores locales: Turístico Sostenible y Gestión municipal. OMT 1999
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Desarrollo Sostenible. Guía para planificadores locales OMT 1993



VERA (coord), LOPEZ PALOMEQUE, MARCHENA GOMEZ y ANTON CLAVE Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos Edt. Tirant lo Blanc 2011

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

BUADES, J. Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico Icaria 2009

Bloques temáticos: LA SOSTENIBILIDAD Y EL TURISMO SOSTENIBLE

BUADES, J. Exportando paraísos. La colonización turística del planeta La Lucerna 2006

Bloques temáticos: LA SOSTENIBILIDAD Y EL TURISMO SOSTENIBLE

Macià Blázquez & Ernest Cañada (editores) TURISMO PLACEBO. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico Edita ALBA SUD y GIST 2011

NAREDO, J.M Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Siglo XXI 2006

RULLAN, O. Reconversión y crecimiento de las zonas turísticas. Del fordismo al postfordismo 2008 En Troitiño, M.A.; García, J.S. y García, M. (coord.) Destinos turísticos, viejos problemas, ¿nuevas soluciones? AGE-UCLM, Cuenca. pp. 587-624.

TURNER, L. I ASH, J La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer Endymion 1975

Bloques temáticos: DESARROLLO DE UN PLAN Y HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	401 (50160) Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo, número de pruebas y valoración de las mismas:

a.1) Primera convocatoria ordinaria:

a.1.1) Evaluación continua:

Se valorará la calificación obtenida como consecuencia de la asistencia, participación y tareas realizadas en las clases, la realización de un trabajo específico sobre un tema objeto del temario y la realización de un examen final:

a.1.1.1) Valoración de la asistencia, participación y tareas realizadas en las clases prácticas: supondrá el 25% de la nota final de la asignatura.

El profesor calificará al alumno valorando su asistencia a las clases prácticas, su participación en ellas, y la resolución de tareas, ejercicios prácticos y cuestiones teóricas planteadas durante la clase práctica. Por dichas actividades el alumno podrá obtener una calificación máxima (N1) de 10 puntos.

a.1.1.2) En las fechas indicadas por el profesor al inicio del curso académico, el alumno deberá realizar un trabajo dirigido sobre alguno de los temas que componen el temario de la asignatura. Dicho trabajo, que supondrá el 25% de la nota final del alumno, podrá realizarse de forma individual o en grupo; en este último caso el número de alumnos co-autores del trabajo no podrá ser superior a 3. El trabajo deberá entregarse en formato papel y exponerse en clase en las fechas que determine el profesor. La evaluación de esta actividad permitirá al alumno obtener una calificación máxima (N2) de 10 puntos.

a.1.2). Examen final:

Se realizará un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La nota obtenida en el examen final supondrá el 50% de la nota final de la asignatura.

El examen será tipo test, constará de 20 preguntas, de carácter teórico y práctico, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario, incluida las lecturas y trabajos propuestos así como las actividades complementarias que, en su caso, se hubieran programado.

En el examen final se podrá obtener como máximo 10 puntos (N3). Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,20. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de 0 puntos. El examen final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con los profesores que la impartan, en base a las preguntas propuestas por todos ellos.

El examen final se realizará en fecha, hora y lugar programados por el centro. La nota final (NF) obtenida en la asignatura será igual a la siguiente suma:

$$NF = N1 \cdot 0,25 + N2 \cdot 0,25 + N3 \cdot 0,5$$

Para superar la asignatura dicha nota final habrá de ser igual o superior a cinco puntos sobre diez ($NF > 5$).

a.2) Segunda convocatoria ordinaria y convocatoria extraordinaria:



a.2.1). Realización de un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos obtenidos a lo largo del curso. La prueba será tipo test, constará de 20 preguntas de teoría y de ejercicios, y versará sobre la totalidad de las lecciones de teoría y prácticas del temario, incluida las lecturas y trabajos propuestos así como las actividades complementarias que, en su caso, se hubieran programado. En dicha prueba se podrán obtener un máximo de 10 puntos. Cada pregunta tipo test tendrá cuatro posibles respuestas válidas, siendo tan sólo una correcta. Cada respuesta acertada se valorará con 0,5 puntos y cada respuesta incorrecta se penalizará con 0,20 puntos. Cada pregunta sin respuesta sumará 0 puntos. La puntuación mínima de la prueba será de cero puntos.

El examen final se confeccionará por el coordinador de la asignatura en colaboración con los profesores que la impartan, en base a las preguntas propuestas por todos ellos.

Para superar la asignatura hay que obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10.

b) Criterios de corrección:

La corrección de los exámenes realizados a lo largo del curso se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía propuesta por lecciones, y las explicaciones de clase.

El examen final se corregirá por los profesores que imparten la asignatura. El acta será firmada por el coordinador de la asignatura.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno:

- Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a las asignaturas que integran el módulo.
- Clases prácticas. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:

- Estudio y lectura.
- Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el módulo.
- Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en las asignaturas que integran el módulo.

3. Evaluación: 10% de los créditos ECTS

- Realización de exámenes y pruebas de evaluación.
- Ejercicios prácticos.
- Realización de Trabajos Dirigidos, etc.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Introducción

Lección 1ª Introducción

- Concepto y definición de oferta complementaria.
- Los segmentos turísticos.
- Metodología para la investigación en turismo.

BLOQUE TEMÁTICO: El turismo MICE

Lección 2ª: El turismo MICE

- Introducción: conceptualización de turismo MICE.
- Turismo de congresos: estructura de mercado e importancia en España.
- Turismo de incentivos: estructura de mercado e importancia en España.



2.4. Turismo de eventos: impacto económico, social y de imagen.

BLOQUE TEMÁTICO: Turismo de salud

Lección 3ª. Turismo de salud

- 3.1. Introducción: conceptualización de turismo de salud.
- 3.2. El turismo de belleza y salud como segmento turístico.
- 3.3. El turismo balneario.
- 3.4. La estructura económica del turismo de salud en España.

BLOQUE TEMÁTICO: Turismo de cruceros

Lección 4ª. Turismo de cruceros

- 4.1. Introducción: conceptualización del producto crucero.
- 4.2. El perfil de la demanda crucerista.
- 4.3. Estructura empresarial del sector.
- 4.4. Importancia de los cruceros para los destinos turísticos.
- 4.5. Perspectivas de futuro.

BLOQUE TEMÁTICO: Turismo de Golf y de Nieve

Lección 5ª. Turismo de Golf y de Nieve

- 5.1. Introducción: conceptualización de turismo de golf y de turismo de nieve.
- 5.2. La oferta y demanda de golf.
- 5.3. Impacto económico del turismo del golf.
- 5.4. La oferta y demanda del turismo de nieve.
- 5.5. Impacto económico del turismo de nieve.

BLOQUE TEMÁTICO: Puertos deportivos y estaciones náuticas

Lección 6ª. Puertos deportivos y estaciones náuticas

- 6.1. Introducción: definición y delimitación de los conceptos puerto deportivo y estación náutica.
- 6.2. Las estaciones náuticas en España.
- 6.3. Puertos deportivos y turismo náutico.
- 6.4. Impacto económico del turismo náutico-deportivo en España.

BLOQUE TEMÁTICO: Turismo cultural y religioso

Lección 7ª. Turismo cultural y religioso

- 7.1. Introducción: conceptualización de turismo cultural y religioso.
- 7.2. El patrimonio histórico como oferta turística.
- 7.3. Museos: arte y cultura como oferta turística.
- 7.4. Las fiestas y celebraciones religiosas como atractivo turístico: importancia económica para el caso de España.

COMPETENCIAS

Competencia número 1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT).

- Conocer los conceptos básicos relacionados con el turismo de: congresos, convenciones e incentivos; cruceros; golf; nieve y puertos deportivos.

Competencia número 2: Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)

- Conocer la contribución económica del turismo de: congresos, convenciones e incentivos; cruceros; golf; nieve y puertos deportivos a la actividad turística.

Competencia número 6: Tener una marcada orientación de servicio al cliente (C6 LBGT).

- Conocer las particularidades de los servicios turísticos de: congresos, convenciones e incentivos; cruceros; golf; nieve y puertos deportivos.
- Conocer los distintos tipos de clientes del turismo de: congresos, convenciones e incentivos; cruceros; golf; nieve y puertos deportivos.

Competencia número 7: Conocer los principales agentes turísticos (C7 LBGT)



· Conocer los principales agentes que actúan en el mercado del turismo de: congresos, convenciones e incentivos; cruceros; golf; nieve y puertos deportivos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Varios Artículos científicos facilitados en clase



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	402 (50161) Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo a un sistema diversificado.

La nota final estará conformada de la siguiente manera:

- A. Un examen final en la fecha programada por el centro que supondrá el 75% de la calificación de la asignatura.
- B. Evaluación continua que representará un 25% de la calificación final del alumno.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente y las actividades formativas, adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior, se han diseñado teniendo en cuenta las competencias que el alumno debe adquirir. Se combinan las técnicas docentes tradicionales basadas en sesiones académicas teóricas y prácticas con otras cuyos objetivos principales son la participación activa del estudiante, el fomento de su capacidad de aprendizaje autónomo y el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Reparto de créditos para una asignatura de 6 ECTS (150 horas).

Clases lectivas, teóricas o prácticas, presenciales.

Trabajo personal del alumno (estudio, seminarios, trabajos, prácticas o proyectos). Visitas guiadas de los alumnos/as a empresas del sector turístico programadas con antelación.

Realización de exámenes y pruebas de evaluación.

Actividad Formativa: Sesiones académicas teóricas y/o prácticas.

Metodología de Enseñanza y aprendizaje: Las sesiones académicas teóricas consistirán en clases magistrales, donde el profesor expondrá los contenidos básicos de la asignatura. En estas sesiones, el profesor podrá emplear diversos elementos de apoyo a la docencia (pizarra, ordenador y proyector, entre otros).

Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de los textos docentes básicos recomendados; y, en todo caso, los alumnos deberán acudir a dichos textos para afianzar y para ampliar los contenidos explicados en las sesiones académicas teóricas. Con ello se pretende fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo.

Las sesiones prácticas consistirán en la resolución de casos prácticos ¿ejercicios- en el aula, que estarán encaminados a que el alumno se familiarice con la aplicación de los conceptos, los instrumentos y la metodología aprendidos en las sesiones teóricas y en el trabajo autónomo de estudio. Cuando el profesor lo considere oportuno estas clases podrán estar apoyadas por programas informáticos acordes con la asignatura.

Actividad Formativa: Elaboración y exposición de trabajos académicamente dirigidos.

Metodología de Enseñanza y aprendizaje: El profesor podrá proponer a los alumnos, de forma individual o colectiva, la elaboración de trabajos en los que se desarrollarán contenidos del programa. La búsqueda de documentación, la lectura de textos, el debate, la reflexión, etc. serán pasos previos a la redacción del trabajo. En su elaboración los alumnos contarán con la orientación y la tutorización del profesor.



Actividad Formativa: Tutorización.

Metodología de Enseñanza y aprendizaje: Las tutorías podrán ser tanto individuales como colectivas. Asimismo, podrán ser presenciales o no. En ellas, el profesor facilitará las aclaraciones que sean necesarias sobre los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura y las orientaciones oportunas para que los alumnos afronten adecuadamente la resolución de los casos prácticos propuestos y la elaboración de trabajos.

Las tutorías presenciales, que podrán ser individuales o colectivas de grupos reducidos, tendrán lugar en el despacho del profesor, seminarios de los departamentos o aulas adaptadas a tal fin, en el pertinente horario oficial.

Las tutorías no presenciales se llevarán a cabo a través del correo electrónico y de las posibilidades que ofrece el campus virtual de la UMA. Estas tutorías también podrán ser individuales o colectivas, y, en este segundo caso, no habrá un número máximo de alumnos participantes al mismo tiempo. Esto permite al profesor dirigir el proceso de aprendizaje de los alumnos, obteniendo una información continua sobre su desarrollo.

Las tutorías deben hacer posible que el alumno sea una parte activa del proceso y fomenten su capacidad de aprendizaje autónomo. Además, las tutorías no presenciales estimularán el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones por parte de los alumnos.

Actividad Formativa: Seminarios.

Metodología de Enseñanza y aprendizaje: El profesor podrá proponer a los alumnos la asistencia a seminarios que tendrán lugar a lo largo del cuatrimestre en el que se imparte la asignatura.

Esta técnica docente permite que el alumno conozca la realidad de determinados fenómenos relacionados con las competencias específicas y los objetivos de la asignatura, así como las iniciativas y los desarrollos más novedosos, ya sean académicos o profesionales, relacionados con la asignatura.

En determinadas ocasiones, los temas tratados en los seminarios podrán dar lugar a tareas encomendadas a los alumnos.

Las actividades formativas y la metodología de enseñanza y aprendizaje están orientadas a la consecución de las competencias especificadas para la asignatura en cuestión.

La Programación académica de cada curso académico será la competente para definir de forma más concreta los aspectos desarrollados anteriormente.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

CONTABILIDAD DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS

LECCIÓN 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTES: CONCEPTOS FUNDAMENTALES.

1.1.- Contabilidad Interna, de Costes o de Gestión: el ciclo económico-técnico de la empresa

1.2.- Concepto de coste.

1.3.- Concepto de ingreso, margen y resultado.

1.4.- Modelos de asignación de costes en la empresa.

1.5.- Sistemas de captación y tratamiento económico-contable del coste.

LECCIÓN 2. EL COSTE DE LOS FACTORES PRODUCTIVOS.

2.1.-Coste de materiales y suministros.

2.2.-Coste de mano de obra y servicios exteriores.

2.3.-Coste de amortización y otros costes del equipo productivo.

2.4.-Costes financieros.



LECCIÓN 3. EL COSTE DE LOS CENTROS: LA ESTADÍSTICA DE COSTES

- 3.1.-Centros de coste: concepto y clases.
- 3.2.-La estadística de costes
- 3.3.-Distribución del coste de los factores entre los centros.
- 3.4.-Redistribución o liquidación interna del coste de los centros.

LECCIÓN 4. EL COSTE DE LOS PORTADORES: MÉTODOS DE CÁLCULO

- 4.1.-Portadores de coste: concepto y clases.
- 4.2.-El coste de empresa o precio de coste propio.
- 4.3.-Métodos de cálculo: principios fundamentales.
- 4.4.-Métodos de cálculo de división y suplementos.
- 4.5.-Métodos de cálculo para la producción conjunta.

LECCIÓN 5. PRINCIPALES SISTEMAS DE CALCULO DE COSTES.

- 5.1.-Modelos anglosajones de cálculo de costes.
- 5.2.-Modelos de costes por órdenes de trabajo.
- 5.3.-Modelos de costes por procesos.
- 5.4.-Modelos mixtos de cálculo de costes.

LECCIÓN 6. USALI

COMPETENCIAS

Competencia número 9: Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas (LB9)
o Conocer los sistemas de información para la gestión aplicados a las empresas turísticas.

Competencia número10: Gestionar los recursos financieros (LB10)



o Conocer los principales métodos de planificación financiera que le permitan optimizar sus recursos financieros.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ALVAREZ-DARDET ESPEJO Y GUTIERREZ HIDALGO CONTABILIDAD DE GESTION (calculo de costes). Ed. Pirámide, 2009
- ASOCIACION ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS (AECA) DOCUMENTOS EMITIDOS POR AECA SOBRE CONTABILIDAD DE GESTIÓN
- BLANCO, AIBAR y RIOS CONTABILIDAD DE COSTES. CUESTIONES, SUPUESTOS PRÁCTICOS RESUELTOS Y PROPUESTOS. Ed. Pearson-Educación, 2003
- HORGREN, FORSTER y DATAR CONTABILIDAD DE COSTOS. UN ENFOQUE GERENCIAL. Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana. 2007
- MUÑOZ, VEUTHEY y ZORNOZA INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTES PARA LA GESTION. Ed. Civitas, 2004
- REQUENA RODRÍGUEZ, J.Mª y VERA RIOS, S. CONTABILIDAD INTERNA (CONTABILIDAD DE COSTES Y DE GESTIÓN). Ed. Ariel, 2008
- SAEZ, FERNANDEZ Y GUTIERREZ CONTABILIDAD DE COSTES Y CONTABILIDAD DE GESTIÓN (vol.1). Ed. McGraw Hill, 1993
- TEJADA, PEREZ, NUÑEZ y JIMENEZ CONTABILIDAD DE COSTES. SUPUESTOS PRÁCTICOS. Ed. Pearson-Educación, 2004



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	403 (50162) Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	9	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

1.- Realización de actividades en el aula o fuera de ella (ejercicios prácticos, trabajos individuales o en grupos). Las puntuaciones obtenidas aportarán un máximo del 40% a la calificación final del alumno.

2.- Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos - prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. Las puntuaciones obtenidas aportarán un máximo del 60% a la calificación final del alumno.

Para la superación de la asignatura el alumno deberá obtener un mínimo de un 5 sobre 10 en la prueba individual.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno:

- Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a las asignaturas que integran el módulo.
- Clases prácticas. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:

- Estudio y lectura.
- Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el módulo.
- Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en las asignaturas que integran el módulo.

3. Evaluación: 10% de los créditos ECTS

- Realización de exámenes y pruebas de evaluación
- Ejercicios prácticos.
- Realización de Trabajos Dirigidos, etc.

Clases teóricas: Desarrollo de clases magistrales para la impartición de conceptos teóricos y prácticos.

Clases prácticas: Se potenciará especialmente la participación del alumno a través de la discusión de artículos, casos prácticos relacionados con los temas de la asignatura y con el trabajo en grupo. La solución y respuesta a los casos prácticos serán expuestos en clase por los distintos grupos que se formen. Previamente estos casos prácticos deberán ser enviados por cada grupo a la plataforma virtual de la asignatura.

El alumno deberá desarrollar un trabajo individual sobre un tema planteado en la asignatura y realizar la exposición del mismo.



Medios didácticos: La docencia de la asignatura se apoyará en la plataforma del Campus Virtual de la Universidad de Málaga. Igualmente se hará uso del cañón de video y la pizarra

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

- 1- El proceso de globalización y su impacto en la gestión empresarial.
- 2- Crecimiento empresarial: concepto y formas de crecimiento de las empresas turísticas y adaptación de la organización al crecer.
- 3- Alianzas y cooperaciones entre empresas turísticas. Cambios organizativos y de gestión en las nuevas redes de empresas turísticas.
- 4- La internacionalización de la empresa turística y la adaptación organizativa de las compañías que salen al exterior.
- 5- Concepto y modalidades de empresas de alojamiento (hoteles, balnearios, casas rurales, camping, apartamentos turísticos...)
- 6- Estructura organizativa y puestos de trabajo de cada tipo de empresa de alojamiento.
- 7- Operaciones y procesos de producción de los distintos tipos de empresas de alojamiento.
- 8- Instalaciones y equipos de los distintos tipos de empresas de alojamiento.
- 9- Gestión de la calidad y certificaciones aplicables a las empresas de alojamiento.

COMPETENCIAS

Competencia número 12: Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.

- Conocer el proceso de globalización económica y su impacto en el tejido empresarial turístico.
- Conocer las formas y estrategias de crecimiento de las empresas turísticas y la adaptación organizativa de la empresa al crecer.
- Conocer los distintos tipos de alianzas y cooperaciones que se pueden producir entre empresas turísticas y los consecuentes cambios en la gestión y la organización de la empresa.
- Conocer las formas y estrategias de Internacionalización de las empresas turísticas y la adaptación organizativa y de gestión de la empresa ante su nuevo entorno.
- Conocer las funciones de planificación, organización, dirección, coordinación y control con las peculiaridades propias de cada tipo de empresa de alojamiento.

Competencia número 20: Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento

- Conocer la terminología técnica empleada y documentos básicos en el campo del alojamiento.
- Conocer las diferencias operativas entre los distintos tipos de alojamiento y de los productos a ellas asociadas.

Competencia número 32: Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

- Conocer el equipamiento y las instalaciones de una empresa de alojamiento, así como su mantenimiento.
- Conocer las certificaciones de calidad aplicables a las empresas de alojamiento

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Gaspar González, A.I. y Martín Rojo, I Crecimiento e internacionalización de empresas Síntesis Madrid
Martín Rojo, I. Dirección y gestión de empresas del sector turístico Pirámide Madrid



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	404 (50163) Gestión del Territorio en Destinos Turísticos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	9	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al análisis territorial del turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA (10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

- a) Tipo de pruebas: Prueba de tipo teórica (50%)
- b) Trabajos prácticos: Trabajo prácticos en clase y en la asignatura virtual, lectura, seminarios, etc. (20%)
- c) Trabajo práctico en grupo sobre gestión de destino (25%)
- e) Asistencia, participación, etc (5%)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍA DOCENTE

Trabajo práctico: Método del caso simulando que los docentes son los gerentes de un destino y los estudiantes son una consultora que debe resolver problemas. Enfoque real y planteamiento de soluciones.

Clases Magistrales: Para iniciar los conocimientos. Entrega de documentación en Campus Virtual.

Lecturas obligatorias: Indicar en cada caso

Equipos para la práctica: Trabajos colaborativo en grupos o individual (agrupación voluntaria de 3) sobre el destino turístico Málaga capital

Criterios de corrección de la práctica: Búsqueda de información, Análisis, Síntesis y Presentación. Ver rúbrica en el Campus Virtual.

Extensión del trabajo: Trabajo sin límites pero con resumen ejecutivo de 3 páginas.

Se desarrollan conferencias y salidas técnicas

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

1. Marco competencial, instrumentos de la administración pública y normativa con incidencia en la gestión turística de los destinos.
2. Modelos de gestión territorial turística.
3. Principales herramientas para la gestión del espacio turístico.
4. Instrumentos para la competitividad turística de los destinos: estrategias y principales instrumentos
5. La sostenibilidad del sistema turístico local.
6. Técnicas aplicadas en el análisis de la información geográfica en el territorio turístico.
7. Fundamentos de los Sistemas de Información Geográfica. Los SIG en el inventario y gestión de los recursos turísticos.

OBSERVACIONES

- Se realizarán en la medida de lo posible salidas de campo para el análisis de gestión de destinos turísticos.

- Se potenciará las tutorías virtuales para la solución de problemas individuales y tutorías presenciales para el seguimiento de los trabajos en grupo.



COMPETENCIAS

- Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- Conocer y aplicar las tecnologías de la información y la comunicaciones en los distintos ámbitos del sector turístico.
- Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Mirabell, O. González, J. et al (2010) Gestión pública del Turismo, Barcelona: UOC
- Valls, J.F. (2004) Gestión de destinos turísticos sostenibles. Madrid. Ediciones Gestión 2000
- Velasco, M. (2004) La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004). Valencia: Tirant-Lo Blanch



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	405 (50164) Historia Económica y Social del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(25) TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA (480A) HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS		

REQUISITOS PREVIOS.

Ninguno

SISTEMAS EVALUACIÓN

El recurso a clases más participativas y el deseo de interesar al alumno en cuestiones que vayan más allá de la propia lección teórica apenas servirían de nada si la evaluación sigue rigiéndose por los cánones tradicionales. Sin ningún género de dudas, una dedicación como la que pretende, precisa de una calificación global que refleje de la mejor manera posible los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

A tal fin, la nota final la conformarán dos tipos de calificaciones:

A) Un ejercicio de carácter teórico y práctico en el que el alumno deberá responder a una serie de preguntas sobre el contenido del temario de la asignatura. Se realizará una vez que finalicen las clases, en la fecha fijada por el Decanato. Esta prueba individual podrá suponer hasta un 70% de la calificación final.

B) La evaluación continua computará hasta el 30% restante de la nota. Para poder alcanzar este porcentaje los alumnos deberán realizar las dos pruebas prácticas que se llevarán a cabo a lo largo del curso y que serán evaluadas por el profesor.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

-Grupos grandes (36 horas):

Se explicarán los aspectos que el profesor considere más importantes de cada uno de los seis temas que conforman el programa.

-Grupos reducidos (9 horas): Primarán esencialmente los contenidos prácticos, lo que supone la participación activa del alumnado. Todos los conocimientos adquiridos en clase deberán reflejarse en el análisis de aquellos materiales (gráficos, textos, cuadros estadísticos, acceso a páginas web, etc.) que se pongan a disposición de los alumnos. En varias de estas clases prácticas los alumnos realizarán algún tipo de ejercicio que entregarán posteriormente al profesor para que formen parte de la evaluación continua.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

TEMA 1. LOS ORÍGENES DEL TURISMO MODERNO

TEMA 2. LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX

TEMA 3. LA TRANSFORMACIÓN DEL TURISMO EN UN FENÓMENO DE MASAS (1945-1975)

TEMA 4. DESARROLLO Y DIVERSIFICACIÓN DEL FENÓMENO TURÍSTICO DURANTE EL ÚLTIMO CUARTO DEL SIGLO XX

TEMA 5. EL TURISMO A COMIENZOS DEL SIGLO XXI

TEMA 6. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN ANDALUCÍA



COMPETENCIAS

Competencia número 1: Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)

Competencia número 3 :Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio (C3 LBGT)

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Bayón Mariné, F. (dir) 50 años del turismo español Centro de Estudios Ramón Areces Madrid 1999

Correyero, B. y Cal, R. Turismo: La mayor propaganda de Estado. España: desde los orígenes hasta 1951 Vision Net Madrid 2008

Esteve, R.y Fuentes, R. Economía, historia e instituciones del turismo en España Pirámide Madrid 2000

Fernández Fúster, L. Historia general del turismo de masas Alianza Editorial Madrid 1991

Moreno Garrido, A. Historia del turismo en España en el siglo XX Síntesis Madrid 2007

Pack, S. La invasión pacífica: Los turistas y la España de Franco Turner Madrid 2009

Pellejero Martínez, C. Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía. Siglo XX Instituto de Estadística de Andalucía Sevilla 2006

Pellejero Martínez, C. (dir) Historia de la economía del turismo en España Cívitas Madrid 1999

Velasco González, M. La política turística. Gobierno y Administración Turística en España Tirant lo Blanch Valencia 2004



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	406 (50165) Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al perfeccionamiento de la lengua inglesa		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (345A) FILOLOGÍA INGLESA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

EVALUACION

a. Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula / fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar: Resolución de casos y tareas relacionadas con los contenidos de la asignatura

Tipo de prueba: Audiorales y escritas

Número de pruebas: 3

Componente de la calificación 40%

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (60%), que a su vez se compondrá de:

10% Gramática

10% Conocimiento lenguaje turístico

10% Comprensión escrita

10% Comprensión oral

20% Producción escrita

Y en la que se valorarán los conocimientos del estudiante relativos a uso del lenguaje, conocimiento del lenguaje turístico, comprensión escrita, comprensión oral, producción escrita y producción oral.

b. Criterios de corrección

En cada tipo de prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas entre los estadios B1 [B1.2] y los inferiores de B2 [B2.1] (según los niveles del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas).

En la segunda convocatoria ordinaria de septiembre y otras convocatorias extraordinarias posteriores, el componente de evaluación continua se calificará mediante una prueba la cual tendrá el mismo valor que el asignado a dicho componente de evaluación continua.



c. Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación

Componente de la calificación

Evaluación continua 4

Prueba individual 6

ACTIVIDADES FORMATIVAS

TECNICAS DOCENTES:

Sesiones académicas teóricas: SI

Sesiones académicas prácticas: SI

Exposición y debate: SI

Tutorías especializadas:

Visitas y excursiones:

Controles de lectura obligatorias:

Otros:

NÚMERO DE HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO: PRIMER SEMESTRE

Clases teóricas: 36

Clases prácticas: 9

Exposiciones y seminarios:

Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):

A) Colectivas:

B) Individuales: 1

Realización de actividades académicas dirigidas:

A) Con presencia del profesor:

B) Sin presencia del profesor:

Otro trabajo personal autónomo:

A) Horas de estudio: 60

B) Preparación del trabajo personal: 41

C)



Realización de exámenes:

- A) Examen escrito: 3
- B) Exámenes orales (control del trabajo personal):

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

CONTENIDO

Módulo I: Inglés en la gestión de empresas turísticas.

Módulo II: Inglés en la gestión de destinos turísticos.

Módulo III: Inglés en la gestión de productos turísticos.

OBSERVACIONES

METODOLOGÍA DOCENTE

Utilizaremos tres metodologías complementarias:

Una de naturaleza nocional funcional, según el modelo comunicativo, basada en el reconocimiento de las funciones del lenguaje y su consiguiente aplicación simulada dentro del entorno académico, que implica, pedagógicamente, la sumisión del conocimiento teórico gramatical a la práctica de la lengua.

La segunda, de naturaleza intercultural, basada en la sociolingüística interaccional y la etnografía de la comunicación con la que buscaremos, por un lado, poner de relieve la diversidad interna de la lengua y de la cultura anglosajonas, así como los elementos comunes que ambas lenguas y culturas (anglosajona e hispana) poseen; por otro, estudiar la cultura cotidiana, hábitos y costumbres, reglas de comportamiento y de interpretación, y los rasgos sobresalientes de la civilización siempre en relación con el ámbito turístico.

Esta aproximación metodológica conlleva un trabajo con los rituales comunicativos, la codificación de los discursos y las reglas básicas que rigen la comunicación en la cultura anglosajona, así como la interpretación y uso de los elementos extralingüísticos de la comunicación.

La tercera, de naturaleza constructivista, basada en la elaboración por el estudiante de un sistema de estrategias, saberes y saber hacer en constante evolución, tanto en el seno del grupo, en un proceso colaborativo, como de forma autónoma. Así, impulsaremos el trabajo en equipo y el aprovechamiento de las diferentes habilidades. De igual modo, fomentaremos en los estudiantes la capacidad de enfrentarse a nuevas situaciones de aprendizaje, de reutilizar los contenidos, y se les animará a asumir la autonomía necesaria para adquirir y desarrollar las estrategias que les permitan desenvolverse en diversos medios del sector turístico.

Las clases se impartirán en inglés. Se utilizarán diversos materiales para clases, desde libros a textos reales.

La metodología docente incluirá:

A. Clases presenciales teóricas y prácticas:

1. Clases teórico-prácticas en gran grupo:

1.1. Adquisición y desarrollo de los conocimientos temáticos específicos correspondientes a la asignatura.

1.2. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión escrita, producción escrita y producción oral, comprensión oral.

1.3. Adquisición y desarrollo de los contenidos léxicos y gramaticales.

2. Clases prácticas en pequeño grupo. Adquisición y desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura: comprensión/producción oral y escrita.

B. Trabajo personal del alumno:

1. Estudio y lectura.

2. Preparación de ejercicios y actividades.

3. Práctica de las destrezas de producción y comprensión oral.

4. Tutorías individuales. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria relacionada con la asignatura, de las tareas dirigidas.

5. Actividades complementarias que puedan contribuir a ampliar los conocimientos adquiridos en la asignatura.

C. Evaluación: Realización de exámenes y pruebas de evaluación

COMPETENCIAS

OBJETIVOS GENERALES:

Competencias Específicas



Competencia 13 Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

Competencia 15 Trabajar en inglés como lengua extranjera

Competencia 29 Trabajar en medios socioculturales diferentes

A partir de las competencias específicas, se establecen como objetivos el conocer y utilizar la lengua inglesa en el ámbito profesional turístico, con especial incidencia en la gestión turística. También trabajar en inglés como lengua extranjera en el ámbito específico del turismo, con la práctica y desarrollo de la competencia comunicativa en lengua inglesa, en un nivel situado entre los estadios superiores de B1 [B1.2] y los inferiores de B2 [B2.1] (según los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), a efectos de comunicarse de forma oral y escrita, y adecuándose a situaciones profesionales cotidianas en los diversos ámbitos del sector turístico, mediante:

- 1) La mejora e incremento del conocimiento de las estructuras gramaticales del inglés y técnicas de comunicación en inglés, a partir de la ampliación y perfeccionamiento las técnicas de comunicación en inglés, en relación con el conocimiento y manejo de competencias lingüísticas generales y especializadas, en sus vertientes fonológica, gramatical, ortográfica, semántica, e incremento del léxico (con especial atención a la terminología específica de turismo); todo ello aplicado, en especial, a la gestión turística.
- 2) La ampliación de las competencias pragmáticas, en sus vertientes discursiva y funcional: profundizar en los hábitos y rutinas del sector profesional turístico, en especial de la gestión turística, y adquirir y manejar habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones, actividades e instituciones turísticas.
- 3) La ampliación de de las competencias sociolingüística y sociocultural, necesarias para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico: analizar y profundizar en aspectos culturales relacionados con la interacción comunicativa, las convenciones sociales, los comportamientos rituales, costumbres, vida cultural. Asimismo, la iniciación a la reflexión intercultural. En definitiva, conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, a través de la adquisición de una progresiva comprensión y producción del idioma para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico, a efectos de captar sus consecuencias en el ámbito de la gestión turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- BAADE K. et al. 2009 Business Result Intermediate. Oxford University Press - Manual
- COTTON, D.; Falvey, D.; Kent, S. 2008. Market Leader. Longman (Series) -Manual
- EMMERSON, P. 2002 Business Grammar Builder. Macmillan - Gramática
- EMMERSON, P. 2009. Business Vocabulary Builder. Macmillan - Vocabulario
- GUARDDON ANELO, M.C.. 2011. VIP Lounge. Comunicación en Ingles para Profesionales del Turismo. Ediciones Académicas, S.A. (Ediasa) - Manual
- HARDING, K. 1998. Going International. Oxford University Press - Manual
- HOLLOWAY, Ch. 2009. The Business of Tourism. Prentice Hall - Manual
- JONES, L.; ALEXANDER, R. 2003. New International Business English. Cambridge University Press - Manual
- MOL, H. 2008. English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies. Garnet Education - Manual
- SWEENEY, S. 2003. English for Business Communication. Cambridge University Press - Manual
- WALKER, R.; HARDING, K. 2006/2009. Oxford English for Careers: Tourism 1, 2, 3. Oxford University Press - Manuals
- WILLIAMS, E. 2008. Presentations in English. Macmillan - Manual
- ZEMACH, D. ; ISLAM, C. 2010. Writing in Paragraphs. Macmillan - Manual



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	407 (50166) Legislación Laboral en el Sector Turístico		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(80) DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL (140A) DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La calificación final del alumno procede de la nota obtenida en el correspondiente y necesario examen a realizar al final del curso y de la nota complementaria nacida de la evaluación continua llevada a cabo de forma voluntaria por el alumno a lo largo del semestre. Esta última toma en consideración las calificaciones medias alcanzadas en las sucesivas prácticas, los trabajos, la participación y asistencia a clase. Esta nota complementaria se suma automáticamente a la nota obtenida en el mencionado examen. Al haberse utilizado diversos medios de evaluación, se consigue un conocimiento completo del alumno al haberse valorado su capacidad escrita, oral, de análisis y críticas de diferentes textos jurídicos, sociales, etc. El examen consta de dos partes. Un ejercicio teórico, compuesto de 10 preguntas; unas, para conocer la asimilación de conceptos claves; y otras, para saber la capacidad de relación y comprensión del alumno, y un ejercicio práctico consistente en el análisis de un supuesto de hecho

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Como se ha indicado en el sistema de calificación, se realizarán a lo largo del curso diferentes actividades, que permitan al alumno un conocimiento integral de la asignatura; y con tal propósito, se realizarán prácticas -de diferente naturaleza; es decir, informes jurídicos, simulaciones, exposiciones y debates, asistencia al ámbito real de las relaciones laborales, etc-.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

LEGISLACIÓN LABORAL EN EL SECTOR TURÍSTICO

TEMA 1. ORIGEN, FUNDAMENTO Y CARACTERES DEL DERECHO DEL TRABAJO

TEMA 2. LAS FUENTES DEL DERECHO DEL TRABAJO. PRINCIPIOS DE APLICACIÓN DE LAS NORMAS LABORALES

TEMA 3. DERECHO COLECTIVO DEL TRABAJO:

3.1. DERECHO DE LIBERTAD SINDICAL

3.2. SUJETOS COLECTIVOS: sindicatos, organizaciones empresariales y representación de los trabajadores.

3.3. DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA:

3.3.1. Diversos productos de la negociación colectiva: una particular atención al convenio colectivo estatutario

3.4. CONFLICTO DE TRABAJO:

3.4.1. Caracterización y tipología

3.4.2. Manifestaciones del conflictos: Huelga y cierre patronal

3.4.3. Medidas de solución de conflictos.

4. POLÍTICA DE EMPLEO Y POLÍTICA DE COLOCACIÓN

4.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO: la significación del sector de la hostelería y actividades conexas

4.2. POLÍTICA DE EMPLEO: concepto y expresiones

4.3. POLÍTICA DE COLOCACIÓN: empresas de trabajo temporal y agencias de colocación



5. DERECHO INDIVIDUAL (I)

- 5.1. SUJETOS DE LA RELACIÓN INDIVIDUAL DE TRABAJO
- 5.2. CONTRATO DE TRABAJO: tipología y modalidades contractuales
- 5.3. DERECHOS Y DEBERES DE LA RELACIÓN LABORAL
- 5.4. ORDENACIÓN DEL SALARIO
- 5.5. TIEMPO DE TRABAJO

6. DERECHO INDIVIDUAL (II)

- 6.1. CLASIFICACIÓN PROFESIONAL
- 6.2. PODERES EMPRESARIALES: movilidad funcional, movilidad geográfica y modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo
- 6.3. SUSPENSIONES Y EXCEDENCIAS

7. DERECHO INDIVIDUAL (III)

- 7.1. EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO
 - 7.1.1. DESPIDO DISCIPLINARIO
 - 7.1.2. DESPIDO OBJETIVO

COMPETENCIAS

Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
(C14 LBGT), conocer el derecho laboral aplicado a empresas e
instituciones del sector turístico.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	408 (50167) Marketing para Empresas y Productos Turísticos		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	9	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA DE JUNIO:

La nota final será el resultado de: 60% nota del examen; 20% nota de prácticas y 20% asistencia y participación.

Se desarrollaran durante el horario lectivo pruebas voluntarias sobre teoría que computarán como nota adicional de teoría.

En caso de no tener aprobadas las prácticas, el alumno deberá examinarse de ellas en el examen final.

La nota de asistencia y participación recogerá la participación en actividades y prácticas voluntarias

CONVOCATORIA ORDINARIA DE SEPTIEMBRE:

La nota final será el resultado de: 60% nota del examen; 30% nota de prácticas y 10% asistencia y participación.

La nota de prácticas se mantendrá la obtenida en junio si es superior a 6. Si es inferior a esta deberá examinarse de esa parte en el examen final de septiembre.

La nota de asistencia y participación se mantiene.

CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS:

Para los exámenes extraordinarios no se mantiene notas anteriores de prácticas ni asistencia/participación. El examen de convocatorias extraordinarias contendrá una parte práctica y otra teórica

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Bloque temático

TEMA 1.- LAS EMPRESAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS:

- 1-Definiciones de empresas y productos turísticos.
- 2- Clases de empresas turísticas.
- 3- Clases de productos turísticos.
- 4- El entorno turístico: Análisis y tendencias.

TEMA 2.- EL MARKETING EN LAS EMPRESAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS.

- 1-La aplicación del marketing según el tipo de producto turístico.
- 2- El ¿marketing management¿ de las empresas turísticas.
- 3- Objetivos del Marketing de empresas turísticas.
- 4- Marketing interno y Marketing directo en las empresas turísticas.

TEMA 3.- LOS DATOS DEL MERCADO TURÍSTICO

- 1-La investigación de mercados como herramienta básica del marketing
- 2.- Esquema general de una investigación de mercados.-
- 3- La investigación de mercados de productos y servicios turísticos. Definición y objetivos.

TEMA 4.- FASES I y II DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1-Investigación preliminar: Definición de problemas y objetivos.



- 2- Estudio de circunstancias.-
- 3-Investigación exploratoria del mercado.

TEMA 5.- FASE III DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1- Investigación de conclusiones.
- 2- Planificación de la investigación de conclusiones.
- 3- Determinación del enfoque básico.
- 4-Métodos experimentales.-
- 5- Condiciones de los experimentos válidos.

TEMA 6.- FASES III (CONTINUACIÓN) y IV DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1- Métodos históricos.-
- 2- Métodos deductivos.
- 3- Fuentes de datos y sistemas de comunicación y medición
- 4- Investigación de resultados.

TEMA 7- LA OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

- 1-Determinación del producto turístico.
- 2- El Concepto de servucción en los servicios turísticos.
- 3- La implementación de la servucción en las empresas turísticas.
- 4- Planificación comercial de productos turísticos.
- 5- La gama de productos turísticos.
- 6- Gestión comercial, creación e innovación de productos turísticos.

TEMA 8- EL DEMANDANTE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

- 1-Clases de demanda turística.
- 2- Determinación del público objetivo para una empresa turística.
- 3-La gestión del cliente: A) Localización y contacto con el público objetivo. B) Aplicación del plan de marketing en función del ¿Portafolios¿. C) Fidelización del cliente.

TEMA 9- LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO.

- 1-Conceptos de Calidad y satisfacción del servicio turístico.
- 2- El servicio esperado y el servicio recibido: las expectativas
- 3- Plan de marketing de mejora de calidad continua del servicio turístico: Aplicación del modelo de Parasuraman Zeithmal y Berry.
- 4- Técnicas de medición de la calidad del servicio turístico: el SERVQUAL.-

TEMA 10: LA EMPRESA TURÍSTICA: SUS PARTICULARIDADES.

- 1-La estacionalidad en el turismo.-
- 2- Planificación y rentabilidad de las empresas turísticas.
- 3- La inversión: ¿El IRC¿ de las empresas turísticas.
- 4- La flexibilidad y capacidad de adaptación de las empresas turísticas.

TEMA 11: LA PREVISIÓN DE VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

- 1-Estrategia de una previsión de ventas.-
- 2- Factores determinantes de la estrategia de previsión de ventas del pto. Turístico.
- 3- Principales factores.

COMPETENCIAS

- Competencia número 6: Tener una marcada orientación de servicio al cliente (C6 LBGT)
- o Conocer los distintos tipos de clientes y sus necesidades.
 - o Conocer los diferentes aspectos y técnicas en



marketing para la captación, atención y fidelización del cliente.

o Identificar los principales interlocutores para el desarrollo de las acciones comerciales.

Competencia número 11: Definir objetivos estrategias y políticas comerciales

o Conocer y comprender las nuevas formas de productos turísticos.

o Definir los objetivos, estrategias y políticas de comercialización.

o Conocer las técnicas de negociación.

o Conocer las particularidades de cada tipología turística con respecto a su planificación y gestión comercial.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- AMERICAN MARKETING ASSOCIATION Marketing Definitions: A Glossary o Marketing Terms Chicago 1960 pág. 21
- BARETJE Y DEFERT Aspects Economiques du Tourisme Berger-Levrault Paris 1972
- BERNECKER Tourisme et Marketing Gurten 1973
- Biosca, D. Gestión eficaz de destinos turísticos
- BURKART Y MEDLIK Tourisme: Past, Present and Future Tourism International London 1975
- CEE Comunidad Económica Europea. Tablas Input.Output Oficina Estadística de las Comunidades Europeas Luxemburgo 1970
- CONVERSE Elementos de Mercadotecnia Herrero Hnos. México 1966
- HABERLIN Die Staatlichen Interventionen im Fremdenverlir Berna 1969
- HOELLIEGE, W. A. Marketin-Forschung im Fremdenverkehr, dans Wirtschaftsdienst Hamburg 1962
- INSTITUTO DE ESTUDIOS DE PLANIFICACION Tablas Input-Output Española 1970 Madrid 1975
- JEFFRIES, D. Defining the Tourist Product and its Significance in Tourism Marketing 1971
- Kotler, P; Browen , B; Makens, J; Rufin, R; Reina, M.D. Marketing para Turismo Editorial Pearson Educación. Prentice 2004
- KRIPPENDORF Marketing et Tourisme Francfort 1971
- KRIPPENDORF Notions de Base der Marketing Touristique
- MEDLIK Y BURKART The Management of Tourism Heinanmann London 1975
- Pérez, D. Marketing Escuela de Negocios. E.O.I.
- Ramírez Cavassa, C; Marketing Turístico Editorial Trillas 2007
- Rey, M; Castellanos, M. Iniciación al Marketing. Teoría y práctica CEADE Sevilla 2001
- Rey, M; Revilla, M. A; Gil, J; López Jesús M; Fundamentos de Marketing Turístico Editorial Síntesis 2004
- Valls, J. Las claves del Mercado Turístico. Cómo competir en el nuevo entorno Deusto Bilbao 2003
- Manual de Marketing Turisitico Consutlora G.D.T.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	409 (50168) Sociología del Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(7) DERECHO DEL ESTADO Y SOCIOLOGÍA (775A) SOCIOLOGÍA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

1. Realización de trabajos y actividades en el aula o fuera de ella (ejercicios prácticos , trabajos individuales o en grupo). Las calificaciones obtenidas aportarán un mínimo del 20% a la calificación final del alumno.
2. Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los contenidos teóricos y prácticos, capacidad de síntesis (en su caso), el correcto uso del lenguaje oral y escrito, etc. Las puntuaciones obtenidas aportarán un máximo del 80% a la calificación final del alumno.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El presente programa presenta una unidad a desarrollar por semana. El programa cuenta con un total de 15 semanas. Se prevé utilizar doce semanas para el desarrollo de las unidades del programa, tanto en sus contenidos teóricos como prácticos. Asimismo, se cuenta con 2 semanas para participar en Actividades Académicas Dirigidas conectadas a la programación académica y cultural del centro, en el que nuestro grupo compartirá experiencias con otras clases del centro. Por último, al final del periodo está previsto utilizar una semana para cuestiones relacionadas con la evaluación de la asignatura (consejos del profesor, feedback grupal, dudas sobre los contenidos impartidos y un ensayo sobre el modelo de examen). Agrupando estos tres segmentos la programación cubrirá las trece semanas previstas. Para poder seguir el normal desarrollo de las clases y adaptarse a las normas de evaluación los alumnos deberán formar durante la primera semana grupos de trabajo de 3-4 alumnos. Véase el cuadro 1.

ESTRUCTURA DE UNA SEMANA DE CLASE EN LA ASIGNATURA:

Contando entonces como la semana de clase como unidad básica en la estructura de este programa, la actividad quedará desglosada como se expone a continuación. La unidad se inicia con una breve actividad motivadora que consiste en leer un breve fragmento, o bien ver un vídeo o responder a preguntas abiertas del profesor.

De esta manera se pretende situar al alumno en el contexto a tratar y aumentar la motivación hacia el conocimiento del tema. Posteriormente, el profesor realiza una presentación de unos 50 minutos sobre el tema, generalmente contando con el apoyo de powerpoint, fotografías y/o vídeos. En la clase práctica de cada unidad el profesor plantea un punto de debate que generalmente va precedido de materiales escritos o audiovisuales y que lleva como guía esencial de trabajo una pregunta del profesor. Cada grupo debate sobre la manera de dar respuesta y finalmente redacta un borrador conjunto con el que poder contestar. Posteriormente el debate se traslada al grupo conjunto (en torno a 25 alumnos), generando un debate en estructura piramidal. El profesor focalizará y resumirá las conclusiones en el tramo final de la clase. En el plazo de una semana el grupo entregará un informe de 500 palabras aproximadas sobre sus conclusiones. En tercer término, cada uno de los grupos de clase deberá participar en las Actividades Académicas Dirigidas coordinadas por el profesor. En este bloque se pretende abordar los temas de estudio desde la diversidad de fuentes y herramientas de análisis: cinematografía, vídeo, bibliografía, búsquedas cruzadas a través de Internet y/o aplicación de técnicas de investigación por parte de los grupos de trabajo aplicando los mencionados instrumentos. Es importante en este último aspecto que los grupos trabajen en base a las directrices previas del profesor pero contando con un amplio margen de autonomía para generar su propia aproximación al objeto de estudio.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** Nombre Bloque Temático
- Tema 1. Aportación de la teoría sociológica al estudio del turismo
 - Tema 2. Sociologías del turismo
 - Tema 3. La transformación de las sociedades actuales
 - Tema 4. De la sociedad industrial a la sociedad de la información.



Tema 5. Los procesos de globalización.

Tema 6. Los agentes y actores del turismo.

Tema 7. El turismo y las culturas.

Tema 8. Cuestiones de género y turismo.

Tema 9. Turismo sostenible y responsable.

COMPETENCIAS

Competencia num. 1: comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT).

Competencia num. 3: comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio (C3 LBGT).

Competencia num. 29: trabajar en medios socioculturales diferentes(C29 LBGT).

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ÁLVAREZ SOUZA, A. El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch Turismo 1994

APOSTOLOPOULOS, Y. The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations. Routledge 2002

BECK, U. La sociedad del riesgo global. Siglo XX 2002

MACIONIS, JJ. Y PLUMMER, K. (2008) SOCIOLOGIA. MADRID: PRENTICE HALL.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	410 (50169) Tecnología de los Alimentos y Gastronomía		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(35) MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA E HISTORIA DE LA CIENCIA (615A) MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Tipo y número de pruebas:

Un examen final escrito que será complementado con las calificaciones obtenidas en el trabajo práctico obligatorio que deberán realizar los alumnos y con las prácticas desarrolladas en clase.

Criterios de corrección:

La corrección del examen se hará con referencia a las explicaciones teóricas y prácticas de la asignatura, así como de la bibliografía recomendada. En la calificación final, la calificación de los trabajos prácticos tendrán un valor del 30% de la calificación final. No obstante, la aprobación del examen será condición imprescindible para aprobar el curso.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se usarán múltiples métodos alcanzables en términos de los recursos de que se dispone. Entre ellos están los siguientes:

Lectura y estudio.

Clases Magistrales.

Uso de material audiovisual.

Discusión y seminarios.

Aprendizaje programado a través del uso de textos programados y utilización de recursos informáticos en los que se presentará el material de una forma secuencial.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Gastronomía: aspectos generales

1. Historia de la gastronomía. Gastronomía, ciencia, arte, cultura y salud. Fisiología del gusto.

2. Alimentación y dieta mediterránea. La dieta andaluza. Bases científicas de la dieta andaluza.

3. Málaga, sus productos, supuesta economía y sus vinos.

4. La cocina y sus dependencias.

5. Modalidades de con la cocina. Diccionario gastronómico. Seis. Mesa y mantel. Protocolo

BLOQUE TEMÁTICO: Alimentación y Nutrición

7. Alimentación y nutrición. Aspectos generales

8. Frutas y verduras. Importancia de los vegetales en la Dieta Andaluza. El tomate y los cítricos. Las frutas tropicales de Málaga Granada

9. Grasas. El aceite de oliva virgen extra como fuente de salud. Las cualidades del aceite andaluz.



10. Leche y productos lácteos
11. La carne y sus productos. El cerdo. El jamón ibérico como fuente de salud.
12. Pescados y mariscos. Los pescados grasos de Málaga.
13. La importancia del pan como alimento esencial de la dieta mediterránea.
14. Cereales legumbres
15. El vino. Historia del vino. Vino y salud. Los vinos de Málaga y de Andalucía.
16. Fundamentos de enología. Cata. Maridaje

BLOQUE TEMÁTICO: Tecnología de los alimentos

17. El código alimentario y la legislación europea y española. Reglamentación Técnico-Sanitaria del sector alimentario.
18. Conservación de los alimentos. Refrigeración y envasado de los alimentos
19. Los aditivos en los alimentos
20. Alimentos de España: Denominaciones de origen y de calidad. Globalización, mercado, alimentos funcionales y salud.

BLOQUE TEMÁTICO: Manipulación de los Alimentos

21. Higiene y manipulación de los alimentos
22. Peligros relacionados con el consumo de alimentos. Enfermedades transmitidas por los alimentos
23. Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC)
24. Condiciones de locales y equipos de restauración. Prácticas correctas de higiene. Normas del personal manipulador de alimentos
25. Reglas de oro de la OMS para la preparación higiénica de los alimentos

COMPETENCIAS

Conocimiento teórico y práctico de la tecnología de los alimentos y la gastronomía y su aplicación a la hostelería y el turismo. Conocimiento general de la gastronomía nacional y especialmente de la andaluza y malagueña, con especial énfasis en las denominaciones de origen y de calidad. Conocimiento de los principales grupos de alimentos y sus procesos culinarios. Conocimiento de la legislación alimentaria española y las técnicas de conservación alimentaria. Conocimiento de la higiene y manipulación de alimentos así como de sus peligros relacionados. Capacitar al alumno en la exposición de un trabajo personal.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Caballero B, Allen L, Prentice A. Encyclopedia Human Nutrition Academic Press 2006
- Capel, C. El gran libro del aceite de oliva Minerva 1999
- Centeno, JL. Cocina profesional 1 Thomson, Paraninfo 2002
- Fennema, OR. Introducción a la ciencia de los alimentos Reverte 1982
- Garces, M. Curso de cocina profesional 2: Conocimiento de los géneros. Elaboración y conservación. Thomson, Paraninfo 2002
- Grande Covian, F Alimentación y Salud Temas de hoy 1988
- Lujan, N. Historia de la gastronomía Plaza y Janes 1989
- Mapelli, E Malaga a mesa y mantel La Farola 1986
- Mestayer de Echague, M Enciclopedia culinaria. La cocina completa Espasa Calpe 2002
- Ordoñez, JA Tecnología de los alimentos vol. I, II y III Síntesis 1999
- Primo Yufera, E. Alimentos Síntesis 1997
- Serra Majem, L.; Aranceta Bartrina, J.; Mataix Verdu, J. Nutrición y Salud Pública Masson 1995



Vicente, A, Cenzano, J. Nuevo manual de Industrias Alimentarias Mundi-Prensa 2001

VVAA Código alimentario español Ministerio de Sanidad y consumo

VVAA Guía gastronómica de Andalucía Junta de Andalucía Edición digital



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	411 (50170) Tecnologías Web Aplicadas al Turismo		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	9	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	Formación complementaria a las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) aplicadas al turismo		
Módulo en el que se integra:	Formación complementaria		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

a) Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (mínimo 20% de la calificación final)

Prácticas en aulas de informática/laboratorio. Ejercicios prácticos=10. Corresponden con 30% de la calificación

Actividades complementaria. Proyecto a entregar en la fecha del examen= 1. Corresponde con el 40% de la calificación

TOTAL CALIFICACION 70%

* Tipo de prueba: examen de teoría, examen de ejercicios, pruebas tipo test, exposición de trabajos (individuales o en grupo), etc.

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. (máximo 80% de la calificación final)

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba individual. Componente de la calificación final: 30%

Consistirá en una prueba tipo test que representa un 30% de la calificación final en la que se deberá demostrar los conocimientos teóricos / prácticos adquiridos en la asignatura. Para poder superar la asignatura se deberá obtener al menos un 40% en esta prueba.

b) Criterios de corrección

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización en las tareas y ejercicios prácticos. Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso.

c) Componentes para la calificación final

Evaluación continua= 7

Prueba individual= 3

TOTAL CALIFICACION= 10



CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Internet y WWW

- Tema 1. Servicios ofrecidos por Internet.
- Tema 2. World Wide Web en el ámbito del turismo.

BLOQUE TEMÁTICO: Negocio electrónico

- Tema 3. El comercio electrónico en las empresas turísticas.
- Tema 4. Plataformas de pagos seguras.
- Tema 5. Panorama actual de la comercialización a través de Internet.

BLOQUE TEMÁTICO: Desarrollo de sitios web

- Tema 6. Análisis, diseño y construcción de sitios web de empresas y organizaciones de destinos.
- Tema 7. Técnicas de publicidad y promoción de sitios web en Internet.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo fundamental de la asignatura es dar a conocer al alumnado la importancia de las tecnologías web en los diferentes ámbitos del sector turístico. Se profundizará en el análisis, diseño y construcción de sitios webs de contenido turístico así como la comercialización de productos.

COMPETENCIAS

Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (LB24):

- Conocer los fundamentos de Internet y sus servicios.
- Conocer las bases y fases del diseño Web de contenido turístico.
- Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción de destinos turísticos.
- Conocer las ventajas del uso de Internet y sus diferentes servicios.
- Conocer los modelos de comercio electrónico.
- Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización a través de Internet.
- Entender la importancia del e-tourism

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Alvaro Gomez Vieites REDES SOCIALES EN LA EMPRESA: LA REVOLUCION E IMPACTO A NIVEL EMPRESARIAL Y PROFESIONAL RA-MA 2011
- Dan Zarella, Alison Zarella MARKETING CON FACEBOOK ANAYA MULTIMEDIA 2011
- Fernando Macia Domene TECNICAS AVANZADAS DE POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES ANAYA MULTIMEDIA 2012
- Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela MARKETING ONLINE: ESTRATEGIAS PARA GANAR CLIENTES EN INTERNET ANAYA MULTIMEDIA 2010
- Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: EDICION 2012. ANAYA MULTIMEDIA 2012
- Jerkovic, John I SEO Warrior O-REILLY ASSOCIATES 2009
- John Lovett SOCIAL MEDIA. MEDIAS Y ANÁLISIS Colección: SOCIAL MEDIA: Anaya 2012
- Jorge Abaurrea Velarde INTERNET EDICIÓN 2011. GUÍAS VISUALES. Ed Anaya 2011
- Oscar Rodríguez Fernández COMMUNITY MANAGER: CONVIERTE EN EXPERTO EN SOCIAL MEDIA ANAYA MULTIMEDIA 2011
- Oscar Rodríguez Fernández TWITTER: APLICACIONES PROFESIONALES Y DE EMPRESA ANAYA MULTIMEDIA 2011
- Sergio Maldonado ANALITICA WEB: MEDIR PARA TRIUNFAR ESIC EDITORIAL 2010
- Severdiá, Ron; Crowder, Kenneth, (aut.) González Cruz, Sergio Luis JOOMLA ANAYA MULTIMEDIA 2011
- Stephen Burge JOOMLA!: GUIA COMPLETA. ANAYA MULTIMEDIA. 2012



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	412 (50171) Creación de Empresas Turísticas		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Proyección profesional		
Módulo en el que se integra:	Proyección profesional		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

El sistema de evaluación contempla:

- La realización de una prueba individual y escrita en la fecha prevista en la programación académica del centro. La prueba tendrá un valor máximo del 70% de la calificación final del alumno.
- La participación del alumno durante el curso en las actividades de carácter práctico propuestas durante el curso:
- Aprendizaje en base al método del caso. Se propondrán a lo largo del curso, diferentes casos prácticos a discutir y resolver en clase.
- Desarrollo de nuevos modelos de negocio. Actividad realizada en grupo y a lo largo del periodo de clases.
- Participación en debates y discusiones propuestos en espacios virtuales.
- Asistencia a jornadas y seminarios propuestos durante el curso.

La valoración de esta participación del alumno supondrá un máximo del 30% de la calificación final.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajo del alumno:
 - a. Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes.
 - b. Clases prácticas. Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la asignatura utilizando el método del caso.
2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:
 - a. Estudio y lectura.
 - b. Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el módulo.
 - c. Actividades complementarias relacionadas: Desarrollo de nuevos modelos de negocio; Participación en debates y discusiones propuestos en espacios virtuales; Asistencia a jornadas y seminarios propuestos durante el curso.
3. Evaluación: 10% de los créditos ECTS
 - a. Realización de exámenes y pruebas de evaluación.
 - b. Ejercicios prácticos.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** Nombre Bloque Temático
- El emprendedor y la nueva empresa
 - La función del emprendedor en la economía.
 - El perfil del emprendedor
 - Tipologías de emprendedores
 - El proceso de creación de una nueva empres
 - La Oportunidad de Negocio.
 - El modelo de Negocio.



- Herramientas para el diseño de modelos de negocio.
- El Plan de Negocio
- Estructura y contenidos
- El Análisis Estratégico
- Estrategia y Ventaja Competitiva
- La figura jurídica
- Formas jurídicas
- Trámites de Constitución
- Órganos de gobierno
- Análisis de Viabilidad.
- El modelo económico de la nueva empresa
- Fuentes de financiación
- Selección de Inversiones

COMPETENCIAS

Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Casillas, T. y Martí, J.M. Guía para la creación de empresas Colección EOI 2004
- Chan Kim, W: y Mauborgne, R. La estrategia del océano azul Editorial Granica 2008
- Gómez, J.M.; Fuentes, M.M.; Batista, R.M. y Hernández, R. Manual de Casos sobre Creación de Empresas en España Editorial McGraw-Hill 2011
- Guerra, L.A. y Navas, J.E. Dirección Estratégica de la Empresa. Teoría y Aplicaciones Editorial Civitas 2002
- Jiménez, J.A. Creación de Empresas Ediciones Pirámide 2012
- Manzanera, A. Finanzas para emprendedores Editorial Deusto 2010
- Martín, I. Dirección y gestión de empresas del sector turístico Ediciones Pirámide 2003
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. Generación de Nuevos Modelos de Negocio Editorial Deusto 2011
- Rivas, J. Organización, Gestión y Creación de Empresas turísticas Septem Ediciones 2011
- Suárez, A. Ha llegado la hora de montar tu propia empresa Editorial Deusto 2011



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	413 (50172) Geografía Turística de Andalucía		
Titulación:	Graduado/a en Turismo		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	Geografía turística de Andalucía		
Módulo en el que se integra:	Obligatorias de universidad: geografía turística de Andalucía		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA (435A) GEOGRAFÍA HUMANA		

SISTEMAS EVALUACIÓN

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

1. Evaluación continua: las actividades realizadas en el aula/fuera del aula. Estas actividades suponen el 30% de la calificación final, para aprobar se debe obtener como mínimo de 1,25 sobre 3.
2. Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis en la exposición de las ideas, la capacidad para relacionar ideas y conceptos, así como la correcta exposición escrita. El examen contará de dos partes, la primera serán diez preguntas tipo test y la segunda dos preguntas a desarrollar. Esta prueba individual supone el 70% de la calificación final, para aprobar se debe obtener como mínimo de 3 sobre 7.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente de la asignatura consta de sesiones de clases teóricas y prácticas y el seguimiento de las actividades prácticas no presenciales.

Clases teóricas:

Para cada tema, el profesor expondrá los contenidos principales con apoyo de material audiovisual, discusión de documentos y textos complementarios. En la asignatura virtual de la asignatura de publicarán los guiones con los contenidos básicos de cada uno de los temas.

Actividades prácticas en el aula:

Las clases prácticas se desarrollarán en el aula de informática con el objetivo de realizar tareas y ejercicios relacionados con los contenidos teóricos de la asignatura.

Como complemento a la actividad en el aula se realizarán dos o tres excursiones con el objetivo de realizar prácticas de campo en diferentes espacios turísticos del territorio andaluz.

Actividades prácticas no presenciales:

Lecturas obligatorias

Realización de un informe sobre la evolución y tendencias del turismo en Andalucía que se corresponderá a una parte del contenido del Tema 1.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

TEMA 1 ASPECTOS SECTORIALES DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

- a. Las fuentes de información
- b. Evolución y tendencias del turismo

TEMA 2. LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE ANDALUCÍA

TEMA 3. LA DIVERSIDAD DE TIPOS Y ESPACIOS TURÍSTICOS EN ANDALUCÍA

- a. El turismo litoral
- b. El turismo urbano
- c. El turismo de interior



COMPETENCIAS

- Reconocer los principales agentes turísticos (C7 LBGT)

Especial referencia a Andalucía.

- Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación (C8 LBGT)

Evaluar los potenciales turísticos de Andalucía.

- Identificar y gestionar espacio y destinos turísticos (C18 LBGT).

Conocer los diferentes tipos de espacios y destinos turísticos de Andalucía, su valoración y factores condicionantes.

Comprender los factores determinantes de la localización de las actividades turísticas en Andalucía.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ANALISTAS ECONÓMICOS: Informe anual del turismo en Andalucía Fundación Unicaja 2010

<http://www.economiaandaluza.es/publicaciones/informe-anual-turismo-andalucia-2009>

CONSERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTES: Balance del año turístico en Andalucía Junta de Andalucía 2012 se puede descargar desde la página web de la Consejería

DIPUTACIÓN PROV. DE MÁLAGA: El turismo de interior en Málaga. Diputación provincial de Málaga 2001

DIPUTACIÓN PRV. SEVILLA: El turismo en la provincia de Sevilla. Diputación provincial de Sevilla 1999

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Plan SENDA: Desarrollo de un sistema turístico sostenible y compatible integrado en el espacio rural andaluz. Junta de Andalucía 2000

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo de reuniones en Andalucía: congresos, convenciones e incentivos. Junta de Andalucía 2000

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo residencial en Andalucía Junta de Andalucía 2002

ESCORZA DOBLA, F.: el turismo de Golf en la Costa del Sol. Análisis geográfico Diputación provincial de Málaga 2001

FORONDA ROBLES, C: Oportunidades y desafíos de las actividades emergentes. el turismo en la provincia de Sevilla. Diputación provincial de Sevilla. 1999

FUENTES GARCÍA, R y GARCÍA MESA, J.M.: Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga. Diputación de Málaga 1996

GALACHO JIMÉNEZ, B.: Urbanismo y turismo en la Costa del Sol Universidad de Málaga 1996

LÓPEZ ONTIVEROS, A. (Coord.): Geografía de Andalucía. Ariel 2003

MARCHENA GÓMEZ, M.: desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico Junta de Andalucía 1996

MARCHENA GÓMEZ, M.: Turismo y territorio en Andalucía. Junta de Andalucía 1987

OCAÑA OCAÑA, C. y GARCÍA MANRIQUE, E.: El territorio andaluz Ágora 1990

PERLES ROSELLÓ, M.J. y MÉRIDA RODRÍGUEZ, M.: El medio físico andaluz Sarriá 2000

RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, R. et alii: El medio físico andaluz: clima vegetación y aguas. Sarriá 1999

VELÁZQUEZ CLAVIJO, F.: Explorar Andalucía: el espacio físico Grazalema 1992



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura: 414 (50173) Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas

Titulación: Graduado/a en Turismo

Número de créditos ECTS: 12

Unidad temporal: 2º Semestre

Carácter: Prácticas externas

Materia en la que se integra: Proyección profesional

Módulo en el que se integra: Proyección profesional

Departamento:

(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	
(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	7,14%
(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN	
(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN	7,14%
(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA	
(345A) FILOLOGÍA INGLESA	7,14%
(62) FINANZAS Y CONTABILIDAD	
(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD	7,14%
(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA	
(335A) FILOLOGÍA FRANCESA	7,14%
(8) DERECHO PRIVADO ESPECIAL	
(165A) DERECHO MERCANTIL	7,14%
(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	7,14%
(26) GEOGRAFÍA	
(435A) GEOGRAFÍA HUMANA	7,14%
(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES	
(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL	7,14%
(26) GEOGRAFÍA	
(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL	7,14%
(28) HISTORIA DEL ARTE	
(465A) HISTORIA DEL ARTE	7,14%
(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	7,14%
(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA	
(320A) FILOLOGÍA ALEMANA	7,14%
(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN	
(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	7,14%



REQUISITOS PREVIOS.

Para cursar esta asignatura el alumno deberá tener superados al menos el 75% del total de créditos de la titulación.

SISTEMAS EVALUACIÓN

- Modalidad 1:

- Las prácticas serán evaluadas por un tutor de la empresa con el correspondiente informe que supondrá el 75% de la calificación.

- Presentar una memoria en la fecha fijada por el Centro que supondrá un 25% de la calificación.

- Modalidad 2, 3 y 4:

- Las prácticas serán evaluadas por un tutor académico con el correspondiente informe que supondrá el 40% de la calificación.

- Presentar una memoria en la fecha fijada por el Centro que supondrá un 60% de la calificación.

EN TODAS LAS MODALIDADES SERÁ OBLIGATORIO PRESENTAR LA MEMORIA PARA SUPERAR LA ASIGNATURA EN LA FECHA FIJADA POR EL CENTRO, LA CUAL TENDRÁ LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

La memoria tendrá una extensión de entre 10 y 15 folios, a doble espacio, con letra Times New Roman tamaño 12 y márgenes de 2,54 (superior, inferior, izquierdo y derecho), que constará de la descripción de la empresa o institución donde trabajó, descripción de los departamentos que la integran y funciones que realizó.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Clases presenciales teóricas y prácticas : 10% de los créditos ECTS como máximo
2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno fuera del aula: 80% de los créditos ECTS como mínimo
3. Evaluación: 10% de los créditos ECTS.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionadas con el contenido del Grado.

PROGRAMA GENÉRICO DE ACUERDO CON ESTOS CONTENIDOS :

- Conocimiento de la empresa o institución turística (origen, historia, actividad principal que realiza), especial referencia a cada uno de los departamentos que componen la empresa/institución turística y funciones que se realizan en cada uno de ellos.
- Aprender el funcionamiento del departamento o departamentos donde más tiempo estén haciendo las prácticas porque se adecuen más a un profesional del perfil de estudios Graduado en Turismo.
- Conocer los procesos más innovadores que esté llevando a cabo la empresa/institución en cuestión (p.ej. venta on line; relaciones y acuerdos de cooperación entre empresas, instituciones y destinos; redes sociales; implantación de controles de calidad, etc.).

OBSERVACIONES

Modalidades para cursar la asignatura:

1) Modalidad 1:

- Prácticas en empresas e instituciones turísticas o en Proyectos de Investigación ofertadas por la Facultad de Turismo, o a propuesta del alumno siempre que cumplan con los requisitos que se definen en el programa de la asignatura y el alumno presente la documentación que se indique en Secretaría del Centro para formalizar el convenio de la UMA y la empresa.

2) Modalidad 2:

- Justificar el alumno que ha trabajado el número de horas equivalentes a los créditos de esta asignatura en una empresa relacionada con el Turismo con un contrato de trabajo. Se exigirá que dicho trabajo corresponda a una categoría profesional en la que como mínimo se requiera el título de Bachiller o Ciclo Formativo de Grado Superior o equivalente al nivel de las prácticas ofertadas.

3) Modalidad 3:

- Justificar el alumno que ha trabajado el número de horas equivalentes a los créditos de esta asignatura en una empresa/institución turística,



realizando prácticas a través de Universidad-Empresa.

4) Modalidad 4:

- Prácticas en el extranjero. Se realizarán al amparo de convenios con otras Universidades (p.ej. Erasmus) que impartan la asignatura Prácticas en el Grado en Turismo o en el marco de acuerdos de movilidad. Se procederá a su posible reconocimiento al regresar a la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga, siempre y cuando se ajuste a la asignatura "Prácticas en empresas e instituciones turísticas", tanto en número de créditos y horas de prácticas realizadas en empresas como en contenidos.

COMPETENCIAS

Competencia nº 39: Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	415 (50174) Trabajo Fin de Grado	
Titulación:	Graduado/a en Turismo	
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal: 2º Semestre
Carácter:	Trabajo fin de estudios	
Materia en la que se integra:	Proyección profesional	
Módulo en el que se integra:	Proyección profesional	
Departamento:	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN	
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN	3,33%
	(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA	
	(345A) FILOLOGÍA INGLESA	3,33%
	(28) HISTORIA DEL ARTE	
	(465A) HISTORIA DEL ARTE	3,33%
	(64) DERECHO FINANCIERO, ECONOMÍA POLÍTICA Y FILOSOFÍA DEL DERECHO	
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:DERECHO FINANCIERO, ECONOMÍA POLÍTICA Y FILOSOFÍA	3,33%
	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN	
	(560A) INGENIERÍA TELEMÁTICA	3,33%
	(73) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN	
	(814D) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN (Lengua francesa)	3,33%
	(35) MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA E HISTORIA DE LA CIENCIA	
	(615A) MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA	3,33%
	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES	
	(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL	3,33%
	(8) DERECHO PRIVADO ESPECIAL	
	(165A) DERECHO MERCANTIL	3,33%
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3,33%
	(73) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN	
	(814A) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN (Lengua alemana)	3,33%
	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES	
	(30A) ANTROPOLOGÍA SOCIAL	3,33%
	(80) DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL	
	(140A) DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL	3,33%
	(26) GEOGRAFÍA	
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL	3,33%
	(25) TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA	
	(480A) HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	3,33%



(67) ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA (265A) ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA	3,33%
(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	3,33%
(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (335A) FILOLOGÍA FRANCESA	3,33%
(27) HISTORIA MODERNA Y CONTEMPORÁNEA (450A) HISTORIA CONTEMPORÁNEA	3,33%
(26) GEOGRAFÍA (430A) GEOGRAFÍA FÍSICA	3,33%
(62) FINANZAS Y CONTABILIDAD (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD	3,33%
(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	3,33%
(21) FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA (320A) FILOLOGÍA ALEMANA	3,33%
(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	3,33%
(68) ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep.	3,33%
(73) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN (814F) TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN (Lengua inglesa)	3,33%
(9) DERECHO PÚBLICO (125A) DERECHO ADMINISTRATIVO	3,33%
(26) GEOGRAFÍA (435A) GEOGRAFÍA HUMANA	3,33%
(6) DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIAÍSTICO DEL ESTADO Y DERECHO ROMANO (130A) DERECHO CIVIL	3,33%
(7) DERECHO DEL ESTADO Y SOCIOLOGÍA (775A) SOCIOLOGÍA	3,33%

REQUISITOS PREVIOS.

Para matricular la asignatura el alumno deberá haber superado el 75% de los créditos de la titulación (Memoria de Verificación)

Para la defensa del Trabajo Fin de Grado, el alumno deberá haber superado el resto de asignaturas obligatorias y haber alcanzado los 30 créditos de optatividad (Reglamento del TFG de la Facultad de Turismo)

SISTEMAS EVALUACIÓN

El alumno presentará una memoria sobre el tema propuesto y hará una defensa pública del mismo ante un tribunal.



Para la evaluación del TFG se tendrá presente la relación directa que tenga el mismo con el ámbito de conocimiento del turismo, aunque el mismo se centre en un área concreta.

Componentes de la calificación. La calificación total de cada TFG estará compuesta de las calificaciones otorgadas al mismo por el tutor y el tribunal, según la siguiente distribución:

- El 60% de la calificación final corresponderá a la calificación emitida por el tutor del TFG.
- El 40% de la calificación final corresponderá a la calificación emitida por el tribunal. Siendo ésta la media de las calificaciones otorgadas por cada miembro del tribunal. En caso de que alguno de los miembros del tribunal sea tutor del TFG presentado no se tendrá en consideración su calificación para obtener esta media.

A la hora de establecer la calificación se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes apartados:

- a) Aspectos formales de la memoria
 - Adecuación a las especificaciones y normas de estilo
 - Correcta especificación de la bibliografía
 - Redacción y ausencia de errores
- b) Calidad del trabajo:
 - Originalidad y complejidad
 - Nivel de objetivos alcanzados
 - Metodología empleada
 - Soporte de las conclusiones
 - Uso adecuado de las referencias bibliográficas
- c) Calidad de la defensa:
 - Claridad de la exposición
 - Capacidad de síntesis
 - Respuesta a las cuestiones planteadas por el Tribunal

El valor porcentual que tenga cada uno de los apartados anteriores estará en función de si la evaluación es la del tutor o la del tribunal:

- Evaluación del tutor: apartado a, 20%; apartado b, 80%
- Evaluación del tribunal: apartado a, 20%; apartado b, 50%; apartado c, 30%

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El coordinador programará actividades presenciales para el grupo de alumnos matriculados en la que ofrecerá orientaciones generales sobre el TFG.

El director del trabajo programará con el alumno, las actividades de seguimiento del mismo. En caso de dirigir varios trabajos, podrá organizar

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

El alumno presentará y defenderá un trabajo de fin de grado, consistente en un ejercicio de integración de los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas.

Todos los trabajos deberán ser originales y estar relacionados con el ámbito de conocimiento del turismo. La tipología puede ser muy amplia. A modo de orientación, el TFG podría ser:

- Estudios técnicos, tecnológicos, organizativos y económicos.
- Desarrollo de una idea innovadora que constituya una contribución de relevancia.
- Análisis y resolución de casos prácticos reales.
- Elaboración de un plan de empresa turística.
- Planificación de áreas y destinos.
- Turismo y patrimonio.

Los contenidos y las temáticas de los trabajos podrán ser propuestos:



- a) Por los profesores encargados de la docencia de la asignatura TFG.
- b) Por los propios estudiantes.

OBSERVACIONES

El Reglamento del TFG de la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga regula la estructura, tamaño, formato y demás características formales que debe reunir la Memoria del TFG, así como el proceso de presentación y defensa del mismo.

COMPETENCIAS

Conocer los métodos y técnicas para la formulación, realización, presentación y defensa de un proyecto fin de grado (Competencia nro. 40)

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Abalos, C. C. Revisión acerca de las normas para la presentación de referencias bibliográficas según el estilo de la American Psychological Association (APA) Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines Buenos Aires 2003
- Ferrer, V., Carmona, M., Soria, V. El Trabajo Fin de Grado. Guía para estudiantes, docentes y agentes colaboradores MacGraw-Hill 2012
- Muñoz Alonso, G. Estructura, metodología y escritura del Trabajo Fin de Máster Escolar y Mayo 2012

POSGRADO EN TURISMO
(CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y
DOCTORADO)

**Máster Universitario en Dirección
y
Planificación del Turismo**

POSGRADO EN TURISMO
(CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y DOCTORADO)

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Coordinador: Dr. D. Antonio Guevara Plaza	Tipo: Interdepartamental (Coordinado por la E.U de Turismo)
Orientación: Profesional e Investigador. Acceso al Doctorado	
Duración (ECTS): 60 créditos	
Modalidad: Presencial	
Periodo lectivo: Anual – Un curso completo	
Régimen de estudios: Tiempo Completo	

Objetivos y Competencias

El sector turístico es un sector altamente competitivo en el que la diferenciación de productos y la calidad de los mismos marcan la clave del éxito. Por ello es necesario obtener conocimientos específicos para afrontar los retos que marca el sector a través de una formación completa y novedosa.

Con la intención de mejorar la actual oferta formativa y de potenciar la integración de los planes de estudios españoles, tanto en el ámbito nacional como europeo, se pone en marcha el proyecto de **Posgrado** y de **Doctorado** en la Universidad de Málaga con el objetivo de potenciar y completar la formación en turismo, tanto a nivel profesional como investigador.

El Posgrado en Turismo (Máster y Doctorado) está orientado a las necesidades del sector permitiendo participar en la planificación y gestión del desarrollo turístico de municipios, zonas o regiones y lograr una alta capacitación profesional para el desempeño de puestos de responsabilidad en empresas y en la gestión pública turística.

Objetivos formativos:

Los objetivos del Título de posgrado en Turismo deben definirse a partir de las propias características y condiciones de evolución de la actividad que se desarrolla en un contexto de rápida transformación y exigencias de calidad, competitividad, sostenibilidad así como de una creciente internacionalización. La base de estos objetivos se sustenta en el marco conceptual del turismo, y sobre todo, en las competencias definidas a partir de los perfiles profesionales de los distintos segmentos que componen la actividad turística. El título proporciona una formación orientada a la dirección y gestión de empresas turísticas, a la gestión de destinos y productos turísticos.

Por tanto, el Posgrado posee un doble objetivo general:

- La formación de profesionales de alto nivel para la dirección y planificación de actividades e instituciones turísticas. En este sentido, el objetivo es:

- Preparar profesionales para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en actividades e instituciones de turismo.
 - Capacitar a los profesionales para dar respuesta a las exigencias de sostenibilidad, diversidad y calidad de los mercados turísticos.
 - Formar en la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para el desarrollo y la gestión eficiente de las actividades turísticas.
 - Facilitar la incorporación de soluciones tecnológicas en la gestión de establecimientos, actividades y destinos.
 - Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones en la comercialización turística.
- La formación de expertos que orienten su carrera profesional hacia el ámbito de la investigación y el desarrollo del conocimiento en el ámbito del turismo. En este sentido, el objetivo es:
- Facilitar el acceso al doctorado en turismo como fundamento de una completa inserción de la actividad en la dinámica universitaria y como base de la innovación en el ámbito de la formación.
 - Desarrollar un Currículo académico que tenga en cuenta específicamente y potencie el carácter interdisciplinar que requiere la formación en esta actividad.
 - Adaptar el nivel de los estudios universitarios de Turismo en España con los existentes en otros países de la Unión Europea y normalizarlos en relación al resto de actividades económicas que cuentan con sistemas de formación específicos.
 - Desarrollar perfiles de especialización que tengan en cuenta tanto las necesidades de innovación en materia de gestión empresarial como el desarrollo de nuevos sistemas de gestión de aspectos colectivos.

Otros objetivos que posee el título de Posgrado son:

- Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo.
- Crear las condiciones para el desarrollo de líneas de investigación de carácter interdisciplinar y multidisciplinar.
- Incorporar la formación en turismo al objetivo trazado en las Cumbres de Lisboa y Barcelona de lograr que los sistemas educativos europeos se conviertan en una referencia de calidad mundial para el año 2010. Teniendo en cuenta la dimensión de la actividad turística en España, éste debería ser, de hecho, un objetivo incontestable desde el punto de vista de la formación superior en España.

Competencias:

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- Conocer los principios de la gestión sostenible.
- Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- Entender el destino turístico como sistema.
- Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- Aplicar instrumentos de planificación.
- Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- Conocer las políticas que afectan al destino.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.

- Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- Saber representar a la organización.
- Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.
- Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- Manejar las técnicas de comunicación y servucción
- Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.
- Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.
- Presentación y defensa de un proyecto de fin de máster.

Plan de estudios

Para obtener el título de Máster, el alumno tendrá que cursar y superar, al menos, 60 créditos, de los cuales 30 corresponderán a las materias obligatorias y 12 al proyecto fin de máster. Los 18 créditos restantes corresponden a asignaturas optativas (12 créditos) y en función de la orientación elegida los alumnos deberán cursar:

- Orientación profesional: obligatoriamente la asignatura de prácticas en empresas y organizaciones turísticas de 6 créditos.
- Orientación investigadora o académica (para poder tener acceso a doctorado): obligatoriamente la asignatura de metodología para la investigación en turismo de 6 créditos.

Aquellos alumnos que opten por la doble orientación deberán cursar las asignaturas específicas de cada orientación, por lo que obligatoriamente cursaran 66 créditos.

Los 12 créditos de las asignaturas optativas podrán elegirse de entre las asignaturas que se ofertan como tales, el alumno podrá elegir optativas de cualquier especialidad.

Relación de materias ofertadas:

Materias Obligatorias	30 ECTS
Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	6
Métodos cuantitativos aplicados al turismo	9
Planificación y Gestión Territorial Turística	6
Habilidades directivas	3
Tecnologías aplicadas al e-tourism	6
Trabajo fin de máster	12 ECTS
Materias Optativas Ofertadas	ECTS
El alumno tendrá que elegir un mínimo de 12 créditos (4 asignaturas) entre las asignaturas optativas que se ofertan a continuación -se podrá elegir optativas de cualquier especialidad-.	
Formación complementaria en Dirección de empresas y organizaciones turísticas	
Gestión económico-financiera de empresa turísticas	3

<u>Dirección de recursos humanos en empresas turísticas</u>	3
<u>Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas</u>	3
<u>Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)</u>	3
<u>El mercado: su conocimiento, atención y fidelización</u>	3
<u>TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas</u>	3
Modulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos	ECTS
<u>Creación y comercialización de productos turísticos</u>	3
<u>Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico</u>	3
<u>Gestión y Divulgación del patrimonio cultural</u>	3
<u>Gestión del medio natural y desarrollo local</u>	3
<u>Sistemas de información geográfica aplicada la turismo</u>	3
Materias según orientación (profesional y/o investigadora) Aquellos alumnos que opten por la doble orientación deberán cursar las asignaturas específicas de cada orientación, por lo que obligatoriamente cursaran 66 créditos.	ECTS
Modulo de formación complementaria en métodos y técnicas de investigación en turismo (Orientación investigadora- acceso doctorado)	
<u>Metodología para la investigación en turismo</u>	6
Modulo de formación complementaria de prácticas en empresas y organizaciones turísticas (Orientación profesional)	
<u>Prácticas en empresas y organizaciones turísticas</u>	6

**PROGRAMA DE LAS ASIGNATURAS DEL
*MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN
Y EN PLANIFICACIÓN DEL TURISMO***



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	101 (100225) ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS ESCENARIOS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter:	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL TURISMO		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Departamento:	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación consistirá en:

- La realización de exámenes y pruebas de evaluación (60% calificación).
- Ejercicios prácticos durante el curso .Realización de Trabajos Dirigidos, etc. (30% calificación).
- Asistencia a clase (10% calificación).

Tipo de pruebas y criterios de corrección.

Durante el curso, los alumnos resolverán de forma individual y colectiva varios casos prácticos, ejercicios numéricos y diversas preguntas de reflexión sobre el contenido de las clases teóricas. Los profesores de la asignatura evaluarán la calidad de la solución de los casos prácticos, de los ejercicios y de las preguntas de reflexión a partir de la aplicación de los conocimientos impartidos en clase. Aquellos alumnos que no superen realicen satisfactoriamente estas actividades, deberán realizar el examen final en la fecha prevista.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajos del alumno:
- Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a las asignaturas que integran el módulo
- Clases prácticas: Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo
- Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:
- Estudio y lectura
- Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el modulo.
- Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc., que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en las asignaturas que integran el módulo.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: General

1. La demanda turística
2. La oferta turística
3. Estructuras de mercado en turismo.
4. El papel de la intervención pública.
5. Problemas de información en turismo.
6. Papel de las nuevas tecnologías en el turismo.
7. El transporte aéreo.
8. Las líneas de bajo coste.
9. Agencias de viajes online.
10. El sector hotelero
11. Salarios y productividad en hoteles.



12. Canales de venta y distribución de plazas hoteleras.
13. Cuenta Satelite del Turismo.y politica turistica.
14. Turismo de salud.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Analizar la estructura económica del turismo tanto desde un punto de vista de la demanda como de la oferta. Especial interés tiene el estudio del papel que juega la intervención pública dentro del sector, sobre todo en los procesos de fijación de precios. Este análisis se completará con el estudio de los problemas de información asimétrica que pueden tener los agentes económicos y su efecto en términos de eficiencia. El análisis de casos particulares dentro del sector turístico, como por ejemplo, los efectos de la aparición de las compañías de bajo coste, el papel de las nuevas tecnologías, los cambios en el sector aéreo y del transporte, la proliferación de las agencias de viajes on line, los canales de venta y distribución de plazas hoteleras. cuenta satélite del turismo y política turística.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENERICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Tomar decisiones y resolver problemas.
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Applegate, L.M., Piccoli, G., Dev, C. Hilton Hotels: Brand Differentiation through Customer Relationship Management, Harvard Business School, July. 2008
- Belobaba, P.P. Airline Yield Management: An overview of seat inventory control, Transportation Science, Vol. 21. 1987
- Bywater, M. Who owns whom in the travel distribution industry?, en Buhalis, D., Laws, E. (Eds), Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations, Continuum, London. 2001
- Choi, S., Kimes, S.E. Electronic Distribution Channels, Effect on Hotel Revenue Management, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 43, No. 3. 2002
- Davies, B., Downward, P. Competition and contestability in the UK package tour industry: some econometric observations", Tourism Economics, Vol. 4 No.3. 1998
- Davies, B., Downward, P. Industrial organization of the package tour industry: implications for researchers", Tourism Economics, Vol. 7 No.2. 2001
- Doganis, R. The Impact of Liberalization on European Airlines Strategies and Operations, Journal of Air Transport Management, Vol. 1. 1994
- Encaoua, D. Liberalizing European Airlines. Cost and Factor Productivity Evidence, International Journal of Industrial Organization, Nº 9. 1991
- European Union Case No IV/M.1524, Airtours/First Choice. Regulation EEC No 4064/89 merger procedure, Article 8(3) 22/09/1999. 1999
- Eurostat European Business. Facts and Figures, European Commission. 2007
- Evans, N.G., Stabler, M.J. A future for the package tour operator in the 21st century", Tourism Economics, Vol. 1 No.3. 1995
- Exceltur Impactur 2006, Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo. Estudios disponibles para las CCAA de Madrid, Andalucía, Valencia, Baleares y Canarias. 2008
- Exceltur Perspectivas turísticas. Balances empresariales por trimestres. Varios informes. 2008



- Exceltur Plan Renove de destinos turísticos españoles 2003
- Exceltur Zonas urbanas ¿ situación y perspectivas del mercado hotelero español. 2003
- Font, X., Tapper, R., Cochrane, J. Competitive strategy in a global industry :tourism¿, Handbook of Business Strategy, Vol. 7, No.1. 2006
- García, J.M., Medina, R., Medina, D. Understanding European Tour Operators¿ control on accommodation companies: an empirical evidence¿, Tourism Management, Vol. 24, No. 2. 2003
- Gratton, C., Richards, G. Structural change in the European package tour industry: UK/German comparisons", Tourism Economics, Vol. 3 No.3 1997
- Jané, J., Lago, A., D¿Souza, B. The effectiveness of logistics alliances. European research on the performance measurement and contractual success factors in logistics partnerships¿, IESE Business School, STUDY-62. 2008
- Katz, M. L. Y Rosen, H. L. Microeconomía. EDITORIAL MC GRAW HILL IRWIN. 1994
- Klemm, M., Parkinson, L. UK Tour Operator strategies: causes and consequences¿, International Journal of Tourism Research, Vol. 3, No. 5. 2001
- Krugman, P., Wells, R. y Olney, M. Fundamentos de Economía. Reverté. 2008
- Lee-Ross, D. Increasing productivity in small hotels: are academic proposals realistic?¿, International Journal of Hospitality Management, Vol.13, No.13. 1994
- Lieberman, W.H. Debunking the myths of Yield Management¿, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 34, No.1. 1993
- Marín, P. Competition in European Aviation: Pricing Policy and Market Structure¿, Journal of Industrial Economics, Vol. XLIII, Nº 2. 1995
- Medina, U., Correa, A. El crecimiento empresarial: una síntesis¿, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 8, No. 4. 1999
- Monfort, V.M. Estrategia competitiva y desempeño en la industria hotelera costera: evidencias empíricas en Benidorm y Peñíscola¿, Cuadernos de Turismo, nº 10. 2002
- Moral, M.J. El sector hotelero español. Ejemplo de persistencia de la dualidad entre pequeñas y grandes empresas al tiempo que aumenta la concentración¿, Boletín Económico del ICE, No 2884. 2006
- Myro, R. y Rey, B. Hay competencia en el transporte aéreo español?¿, Revista Economistas Extra, 77. 1998
- O¿Neill, J., Rushmore, S. Refining estimates of hotel-financing costs¿, Hotel and Restaurant Administration Quarterly, December 2000
- Perloff, J. M Microeconomía. 3ª Edición. Pearson. Addison Wesley. 2004
- Pindyck, R. S. y Rubinfeld, D. L. Microeconomía. Prentice Hall. 2001
- Pine, R. and Phillips, P.A. Performance comparison of hotels in China¿, International Journal of Hospitality Management, vol. 24, nº 1. 2005
- Ramón, A.B. Un análisis de las dimensiones del paradigma OLI en la internacionalización del sector hotelero español¿, Información Comercial Española, Nº 803. 2002
- Rey, M.B. Estructura de mercado y eficiencia empresarial en el transporte aéreo¿, Información Comercial Española, Nº 808. 2003
- Roper, A., Brookes, M., Hampton, A "Investigating the centric profile of international hotel groups: a pilot case study", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 6. 1999
- Rushmore, S., Goldhoff, G. Hotel value trends. Yesterday, today and tomorrow¿, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, December. 1997
- Smith, B., Leimkuhler, J., Darrow, R. Yield Management at American Airlines¿, Interfaces, No. 22. 1992
- Suárez, I. El análisis de crecimiento de la empresa desde la dirección estratégica¿, Papeles de Economía Española, No. 78-79. 1999
- Subramanian, J., Stidham, S., Lautenbacher, C.J. Airline Yield Management with overbooking, cancellations and no shows¿, Transportation Science, Vol. 33, No. 2. 1999
- Taylor, P. Oligopoly or contestable markets in the UK package tour industry?", The Service Industries Journal, Vol. 16 No.3. 1996
- Villacorta, D. El hotel español. Características del sector versus los hoteles integrados en cadenas¿, Boletín Económico del ICE, No 2732. 2002
- Villarreal, O. La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea¿, Cuadernos de Gestión, Vol. 5, No. 2. 2005
- Villasalero, M. Un marco conceptual para el análisis de la estrategia de diversificación empresarial como fuente de ventaja competitiva¿, Boletín de Estudios Económicos, Vol. LV, No. 169. 2000
- Witt, C. A. and Will, S. F. Why productivity in the hotel sector is low, Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.1. 1989



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	102 (100226) HABILIDADES DIRECTIVAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	HABILIDADES DIRECTIVAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Departamento::	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES (740A) PSICOLOGÍA SOCIAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Métodos de evaluación: asistencia a clases presenciales y participación en el desarrollo de la asignatura, actividades académicas dirigidas, ejercicios prácticos y prueba individual.

-Peso de la prueba individual en el total de la calificación final = 40%

-Peso de las actividades o trabajos propuestos en la calificación final = 60%

Para superar la asignatura es necesario aprobar las dos partes por separado y asistir al menos al 80% de las clases presenciales.

Tipo de pruebas y criterios de corrección.

La prueba individual sobre los contenidos teóricos consistirá en 25-30 preguntas de tres alternativas de respuesta que se corregirá con la siguiente fórmula: $[(n^{\circ} \text{ de aciertos} - n^{\circ} \text{ de errores} / 2) / n^{\circ} \text{ de preguntas}] * 10$.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Activa y participativa.

Clases presenciales obligatorias para ofrecer a los estudiantes un esquema conceptual y genérico del tema a tratar.

Foro de discusión y actividades prácticas en las que se aplicarán los conocimientos adquiridos a contextos reales a partir de lecturas y estudios de casos.

Los trabajos prácticos persiguen la participación activa del estudiante mediante la búsqueda de información por sus propios medios sobre un aspecto concreto de la asignatura.

Para la realización de actividades de estudio y trabajo en grupo y/o individual el alumnado contará con el apoyo de la profesora en tutorías programadas.

Además, como medio tecnológico de intercambio de información y colaboración, los estudiantes dispondrán y utilizarán la página de la asignatura generada en el Campus Virtual de la UMA

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

1. Las competencias de dirección para la calidad y los resultados. El liderazgo centrado en el cliente.
2. Habilidades personales: gestión del tiempo y del estrés
3. La habilidad para motivar y comunicar con eficacia
4. Inteligencia emocional y trabajo en equipo
5. Habilidades de negociación

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

* Acercamiento comprensivo al conocimiento de las competencias y habilidades básicas para mejorar la interacción con otras personas, sea al propio equipo de trabajo, clientes o proveedores.



* Desarrollar competencias directivas para gestionar la información y fomentar la motivación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de:

* Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

* Conocer y evaluar las técnicas aplicables dentro de una organización en materia de motivación, liderazgo y coaching.

* Saber utilizar el tiempo como un recurso básico en la organización del trabajo.

* Identificar fortalezas y líneas de desarrollo que le permitan mejorar en aquellas competencias emocionales claves para conseguir el éxito en el liderazgo de su equipo de trabajo.

* Identificar y aplicar las diferentes técnicas de negociación y resolución de conflictos

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENERICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

Negociar: llegar a acuerdos.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.



Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Aplicar instrumentos de planificación.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

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

Saber representar a la organización.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Acosta, J. M. Gestión eficaz del Tiempo y control de estrés Esic 2006
- Ballenato, G. Gestión del tiempo: en busca de la eficacia. Pirámide 2007
- Boyatzis, R. The competent manager: A model for effective performance. John Wiley & Sons. 1982
- Caruso, D. y Salovey, P. El directivo emocionalmente inteligente. Algaba 2005
- Cherniss, C. y Goleman, D. Inteligencia emocional en el trabajo: cómo seleccionar y mejorar la inteligencia emocional en individuos, grupos y organizaciones Kairós 2005
- Costa, M. y López, E. Los secretos de la dirección. Manual práctico para dirigir Organizaciones y equipos. Pirámide 2008
- Gil, F. y García, M. Habilidades de dirección en las organizaciones. Eudema 1993
- Goleman, D. Inteligencia emocional. Kairos 1996
- Puchol, L. El libro de las habilidades directivas (Recursos electrónico). Diaz de Santos 2003
- Ramos López, A. Mujeres y liderazgo: una nueva forma de dirigir Universidad de Valencia 2005
- Vázquez, L. Habilidades directivas y técnicas de liderazgo. Ideas Propias 2007
- Whetten, D. Desarrollo de habilidades directivas (6ª ed.). Pearson Educación 2005



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	103 (100227) MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	9	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Departamento::	(68) ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep.		

REQUISITOS PREVIOS.

Conocimientos de Estadística al nivel que se adquieren en el Grado de Turismo

SISTEMAS EVALUACIÓN

Tipo de pruebas y criterios de corrección:

La evaluación de cada bloque temático se basará en una prueba individual de conjunto obligatoria (que repercutirá un 60% en la calificación final), en los resultados obtenidos en los casos prácticos individuales propuestos (que repercutirán un 30% en la calificación final) y en la participación activa en las clases presenciales (que repercutirá un 10% en la calificación final).

Para superar la asignatura será necesario tener superados los dos bloques temáticos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología didáctica consistirá en:

Clases teóricas: Clase presencial obligatoria en el aula y/o en el laboratorio de informática, en la que se expondrán los contenidos teóricos de la asignatura, con la ayuda de medios audiovisuales adecuados para la presentación de la información cuantitativa y gráfica.

Clases prácticas: Clase presencial obligatoria en el laboratorio de informática, en la que se resolverán casos prácticos con la ayuda de software estadístico y econométrico, SPSS y EViews.

Casos prácticos individuales propuestos que el alumno resolverá en horario no presencial y serán evaluados.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Inferencia estadística e introducción al análisis multivariante aplicados a la gestión y planificación del turismo

Lección 1. Métodos de inferencia estadística y su aplicación en la gestión y planificación del turismo:

Cálculo de probabilidades. Variables aleatorias y distribuciones. Introducción a la inferencia estadística. Estimación puntual y por intervalos. Contrastes de hipótesis.

Lección 2: Introducción a los métodos de análisis multivariante y su aplicación en la gestión y planificación del turismo:

Análisis de componentes principales, análisis factorial y análisis de correspondencias. Escalamiento multidimensional. Análisis discriminante. Análisis cluster.

BLOQUE TEMÁTICO: Bloque temático 2: Análisis de series temporales, predicción a corto y medio plazo

Lección 1 Análisis clásico de series Temporales:

Descomposición de series temporales. Análisis de tendencias. Variaciones estacionales, desestacionalización. Estimación de la componente cíclica.

Lección 2 Modelos de Alisado:

Modelo simple de alisado exponencial. Modelo de Brown con tendencia lineal. Modelos de Holt y de Winters.

Lección 3 Modelos Estocásticos de Series Temporales:

Conceptos previos. Modelos estacionarios lineales: ARMA (p,q). Modelos no estacionarios: ARIMA (p,d,q). Modelo multiplicativo general: ARIMA (p,d,q) x (P,D,Q)s. Estimación, contraste del modelo y predicción.



OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Los objetivos de esta asignatura son que el alumno:

- Sepa aplicar las técnicas estadísticas básicas de análisis de datos.
- Sepa identificar y aplicar el procedimiento de análisis multivariante más adecuado.
- Sepa determinar las tendencias y la dinámica de las principales variables turísticas.
- Sepa aplicar los modelos básicos de predicción de series temporales a corto y medio plazo.
- Sea capaz de extraer conclusiones útiles del análisis estadístico y econométrico de los datos del sector/empresa turística analizado.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Adaptarse a nuevas situaciones

Tomar decisiones y resolver problemas

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Aplicar instrumentos de planificación.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones

Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Aznar A. y Trivez, F.J. (1993) Métodos de Predicción en Economía. Volumen I y II. Ariel Económica
- Bernardo Pena, J. et al. (1999) Cien ejercicios de econometría. Editorial Pirámide
- Canavos, G.C.(2001) Probabilidad y estadística : Aplicaciones y métodos. McGraw Hill. Madrid
- Cuadernos ICE (Información Comercial Española) nº: 11 y 12. 1979
- García, M. y López, E. (2001) Modelos Económicos de Series Temporales. Teoría y Práctica. Septem Ediciones
- Greene, W.H. (1998) Análisis Económico. Prentice Hall
- Gujarati, D. N. (1997) Econometría (3ª edición). Editorial Mc Graw Hill
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Tahtam, R.L. y Black, W. (2005) Análisis multivariante. Prentice Hall. Madrid
- Hogg, R.V., Tanis, E.A. (1997) Probability and Statistical Inference, 5ª Edición. Prentice- Hall, Inc. New Jersey
- Johnston, J. (1987) Métodos Económicos. Vicens Vives. Barcelona
- Johnston, J. Y Dinardo, J. (2001) Métodos de Econometría (Primera edición). Ed: Vicens Vives
- Maddala (1996) Introducción a la Econometría. Prentice Hall, México
- Newbold, P., Carlson, W.L. y Thorne, B. (2008) Estadística para la administración y la economía, 6ª Edición. Pearson Prentice Hall. Madrid
- Otero, J.M. (1993) Econometría: Series temporales y predicción. Editorial A.C
- Panik, M.J. (2005) Advanced Statistics from an elementary point of view. Elsevier, Academia Press. USA
- Peña, D. (1992) Estadística: Modelos y Métodos ¿ Vol. 1. Fundamentos. 2ª Edición. Alianza Universidad Textos. Madrid
- Pérez, C. (2004) Técnicas de análisis multivariante de datos. Aplicaciones con SPSS. Pearson Educación. Madrid
- Pérez, C. (2005) Técnicas estadísticas con SPSS. Pearson Educación. Madrid
- Uriel, E. y Peiró, A. (2000) Introducción al análisis de series temporales. Ed. AC
- Uriel, E. (1995) Análisis de datos: Series temporales y análisis multivariante. AC. Madrid



Uriel, E. (2005) Análisis multivariante aplicado: Aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo. Thomson. Madrid

Visauta Vinacua, B. (2003) Análisis estadístico con SPSS para Windows. Vol. II: Estadística Multivariante. McGraw Hill. Madrid

Visauta Vinacua, B. (2007) Análisis estadístico con SPSS14: Estadística Básica. McGraw Hill. Madrid



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	104 (100228) PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		83,33%
	(26) GEOGRAFÍA		
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA		16,67%

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se evalúa la asistencia a clases presenciales, trabajo de campo y seminarios (20%) y los ejercicios prácticos correspondiente a cada tema (80%).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teóricas: Clases magistrales obligatorias y foro de discusión

Clases prácticas: Trabajos aplicados para la búsqueda de información sobre las ayudas al desarrollo turísticos de destinos.

Trabajo de campo en varios destinos turísticos con salidas técnicas obligatorias

Seminarios y conferencias: Trasladar la experiencia del sector a partir del contacto con profesionales del ámbito privado y público de asistencia obligatoria

Pruebas individuales evaluables: Trabajo de valoración de la gestión y planificación de un destino

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: La importancia de la planificación y la ordenación del territorio

- 1.- Importancia del territorio en la planificación y gestión turística
- 2.- Introducción a la planificación: conceptos básicos
- 3.- La Política Turística: Base de la planificación
- 4.- Arquitectura de un plan
- 5.- Estrategias de reestructuración y experiencias

BLOQUE TEMÁTICO: Gestión del destino turístico

- 1.- Complejidad de la gestión del territorio turístico
- 2.- Marco competencial del turismo. Ámbitos de actuación
- 3.- Gestión local: Municipios turísticos y agentes de desarrollo turístico local
- 4.- Gobernanza: Nuevo modelo de gestión
- 5.- Gestión Integrada de Zonas Costeras
- 6.- Nuevas tendencias en el gestión

BLOQUE TEMÁTICO: Normativa con incidencia en la ordenación turística

- 1.- Normativa en España y Andalucía
- 2.- Legislación de los Espacios Naturales Protegidos
- 3.- El Planeamiento Urbanístico



- 4.- Plan de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional
- 5.- Plan de Turismo Sostenible en Andalucía
- 6.- Política regional de la Unión Europea.

BLOQUE TEMÁTICO: Estrategias de futuro de los destinos turísticos

- 1.- Innovación en las estrategias públicas y privadas
- 2.- Resestructuración en los destinos
- 3.- Los destinos turísticos en el 2050

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

- 1) Aplicar instrumentos de planificación y gestión (herramientas)

* Dar las herramientas y habilidades necesarias que hacen posible la gestión y planificación de los destinos turísticos, porque entendemos que la gestión y la planificación son instrumentos para la cualificación de los destinos turísticos.

* Estas herramientas se pueden utilizar para otros trabajos en la empresa privada ya que existen consultoras turísticas.

- 2) Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística y los trabajos que realizan las consultorías privadas en relación al destino

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas de los destinos con el fin de realizar planificaciones del sector turístico más consecuentes con el territorio.
- Entender el destino turístico como un sistema

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Adaptarse a nuevas situaciones.
- Tomar decisiones y resolver problemas.
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social.
- Negociar: llegar a acuerdos.
- Organizar y liderar equipos.
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- Conocer los principios de la gestión sostenible.
- Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- Entender el destino turístico como sistema.
- Aplicar instrumentos de planificación.
- Conocer las políticas que afectan al destino.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.



- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
- Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Anton Clavé y González Reverte (coord). A proposito del Turismo Universitat .Oberta de Catalunya 2007
- Anton Clavé y González Reverte (coord). Planificación territorial del turismo Universitat .Oberta de Catalunya 2005
- Blanquer, D. (director) Ordenación y gestión del territorio turístico Tirant lo Blanch 2002
- EXCELTUR Estrategias turísticas integradas en los vigentes planes de ordenación del territorio, en zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias www.exceltur.org 2007
- EXCELTUR Estudio de los impactos socioeconómicos, ambientales y sobre el empleo del actual modelo de desarrollo turístico español del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias www.exceltur.org 2005
- Fernández Tabales, A Manual de gestión local del turismo Patronato de Turismo de Sevilla 2004
- Hall, C. M. Tourism planning. Policies, processes and relationships Prentice Hall 2003
- Ivars Baidal, J.A. Planificación turística de los espacios regionales en España Sintesis 2003
- Knowles, T. y Curtis, S The Market Viability of European Mass Tourist Destinations. A Post-stagnation life cycle analysis International Journal of Tourism Research, 1, pp.87-96 1999
- Rivas Garcia J. y Magadan Diaz, M. Planificación Turística Autonómica: Dimensiones y Perspectivas Septem Ediciones 2008
- Vera, J.F. (coord.), López Palomeque, F., Marchena, M. y Anton, S. Análisis Territorial del Turismo y planificación de destinos turísticos Ect. Tirant lo Blanc 2011



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	105 (100229) TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	1º Semestre
Carácter::	Obligatoria		
Materia en la que se integra:	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES APLICADAS AL TURISMO		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se evaluará la participación continuada del alumno en las tareas propuestas a lo largo del curso (40%). El principal componente de la evaluación lo constituirá el trabajo desarrollado (60%), en el que se valorará la correcta utilización de las herramientas mostradas y la calidad global del mismo.

Se tendrá prevista una prueba individual para la convocatoria extraordinaria en caso de no superarse la asignatura en la convocatoria ordinaria. Dicha prueba tendrá una parte teórica y otra práctica en ordenador.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se empleará una metodología donde se fomente la participación activa del alumno. Para ello, se hará uso intensivo de la plataforma de enseñanza virtual Moodle, en especial de las herramientas de foros, tareas y cuestionarios.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

1. Introducción al e-Tourism (Modelos de negocio B2B, B2C, B2A).
2. Herramientas para la gestión estratégica en el e-Tourism
3. Captación y fidelización de clientes (sitios web, e-CRM, Gestión de la innovación, Web 2.0..)
4. La gestión de la información en el e-tourism (Data Warehouse, Data mining, business intelligence Systems.)
5. La comercialización de productos y servicios on line (GDS, CRS, plataformas de pago seguras)
6. Análisis de sitios web de organizaciones de promoción de destino
7. Creación y publicación de sitios web estáticos. Fases. Elementos de diseño. Multimedia. Aplicación de técnicas de mejora de la productividad. Plantillas. Hojas de estilo CSS. Componentes dinámicos
8. Utilización de bases de datos en sitios web. Tecnologías alternativas. Conexión. Operaciones fundamentales
9. Análisis de sitios web. Análisis de logs. Formato de los ficheros. Uso de herramientas de procesado. Auditoría externa
10. Técnicas de promoción. Estrategias y metodologías. Posicionamiento en buscadores

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo fundamental de la asignatura es dar a conocer al alumnado la importancia de las tecnologías de la información y de las comunicaciones en múltiples ámbitos del sector turístico. Se profundizará sobre las principales herramientas para la gestión estratégica en el e-tourism, la comercialización de servicios y productos on-line, el análisis de sitios web de contenido turístico, etc.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Adaptarse a nuevas situaciones.



Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Entender el destino turístico como sistema.

Aplicar instrumentos de planificación.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

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

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Cutroni, J. Google Analytics. O'Reilly 2007

Egger,R.; Buhalis. D eTourism Case Studie. Management and marketing issues. Elsevier 2008

Fischer, M. Website boosting. Optimizar los buscadores, usabilidad y marketing web. Marcombo 2007

Maciá F Tecnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores Anaya Multimedia 2011

Maciá, F.; Gosende, J. Posicionamiento en buscadores. Anaya Multimedia 2012

Maciá, F.; Gosende, J. Marketing online:estrategias para ganar clientes en Internet Anaya Multimedia 2010

Maldonado S. Analítica web : medir para triunfar: metodología probada para la toma de decisiones basada en datos web ESIC 2010

Orense Fuentes M. SEO : cómo triunfar en buscadores ESIC 2010

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

Buhalis. D. eTourism. Information technologies for strategic tourism. Financial Times Prentice Hall 2003



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	106 (100230) CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima obligatoria al 80% de las sesiones presenciales. A los alumnos que superen este requisito el 40% de su calificación procederá de las prácticas y debates desarrollados en clases y el 60% del trabajo final desarrollado. Para la convocatoria extraordinaria se tendrá previsto además la realización de una prueba individual que supondrá el 40% de la calificación y el trabajo final el 60%.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología combinará las clases magistrales obligatorias con foros de debate, análisis de casos sobre la innovación y creación de productos en el sector turístico, presentación de buenas prácticas en el diseño y gestión de nuevos productos turísticos y trabajos prácticos sobre la creación y desarrollo de productos innovadores y competitivos

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** El producto turístico desde la óptica del marketing
- BLOQUE TEMÁTICO:** Proceso de creación de nuevos productos turísticos
- BLOQUE TEMÁTICO:** La innovación de productos en el sector turístico
- BLOQUE TEMÁTICO:** La diferenciación y el posicionamiento de productos turísticos
- BLOQUE TEMÁTICO:** La marca como estrategia de diferenciación

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Los objetivos generales del módulo se centran en dotar al alumno de los conocimientos y capacidades necesarias para el diseño, la creación y comercialización de nuevos productos turísticos que tengan capacidad de ser competitivos y generen ventajas sostenibles para las empresas o instituciones que los promuevan.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.



Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Negociar: llegar a acuerdos.

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

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

Aplicar instrumentos de planificación.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Manejar las técnicas de comunicación y servu

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ANTÓN CLAVÉ, S. Parques temáticos Ariel 2005

BIGNÉ ALCAÑIZ, E.; FONT AULET, X. Y ANDREU SIMÓ, L Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo Esic 2000

CALLE VAQUERO, M. De la La ciudad histórica como destino turístico Ariel 2006

CHIAS, J.: El negocio de la felicidad Prentice Hall 2004

EJARQUE, J.: Destinos turísticos de éxito: Diseño, Creación, gestión y marketing Piramide 2005

ELIZAGARATE, V. de.: Marketing de ciudades Piramide 2003

FONT J.: Casos de turismo cultura Ariel 2004

GARCÍA HENCHE, B.: Marketing del turismo rural Piramide 2003

KOTLER, P.; BOWENS, J. ; MAKENS, J.; RUFÍN, R. Y REINA, M. D. . Marketing para Turismo. Prentice Hall 2004

KOZAK, M. Y ANDREU, L.: Progress in toruism marketing Elsevier 2006

MEDIANO, L. : La gestión de marketing en el turismo rural. Pearson 2004

MIDDLETON, V.T.C. : Marketing in travel and tourism Heinemann 2001

MUNUERA, J. L. Y RODRÍGUEZ, A. I. : Estrategias de marketing Esic 2007

MUÑOZ OÑATE, F. Marketing Turístico. Cerasa 1999

ORTEGA MARTÍNEZ, E.; Investigación y estrategias turísticas Thomson 2003

PIKE, S: Destination marketing: an integrated marketing communication approach Elsevier 2009

SEATON, A.V. y BENNET, M.M.: Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases. Thomson Business Press 1996

SERRA, A Marketing Turístico Pirámide 2002

SHOEMARKER, S y LEWIS, R.C. :Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage . Pearson 2007



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	107 (100231) DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Realización de actividades en el aula o fuera de ella (ejercicios prácticos, trabajos individuales o en grupos). Las puntuaciones obtenidas formarán parte de la calificación final del alumno.

Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, la capacidad de síntesis (en su caso), el correcto empleo del lenguaje escrito, etc.

Valoración:

- Realización de actividades en el aula o fuera del aula (ejercicios prácticos en grupo, ...): 30%
- Prueba individual: 50%
- Asistencia a clase: 20%

Asistencia a clase

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases teóricas (lección magistral)
- Clases prácticas (método del caso, foros de discusión)
- Pruebas individuales evaluables.
- Tutorías.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

- Tema 1:La administración de recursos humanos.Especial referencia a su planificación.
- Tema 2:Reclutamiento y selección de personal.
- Tema 3:Formación y desarrollo de carreras.
- Tema 4:Evaluación del rendimiento y retribución.
- Tema 5:Dirección de recursos humanos en un entorno globalizado.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo general de esta asignatura persigue que el alumno conozca la problemática de la administración de los recursos humanos y sea capaz de analizar temas de plena actualidad relacionados con el factor humano.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

De acuerdo a ese objetivo general, subyacen los siguientes objetivos específicos que el alumno deberá alcanzar al finalizar la asignatura:

- Realizar una planificación de los recursos humanos de una organización siendo capaz de adaptarse a nuevas situaciones.
- Integrarse al mercado laboral con la capacidad de tomar decisiones para poder dirigir un departamento de recursos humanos y realizar los procesos de reclutamiento y selección.
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo para poder administrar internamente un departamento de recursos humanos considerando aspectos como la formación, el desarrollo de carreras, evaluación del rendimiento y retribución del empleado.
- Gestionar el entorno laboral de la empresa turística en el actual escenario globalizado sabiendo aprovechar las oportunidades del mismo e interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva
- Adaptarse a nuevas situaciones
- Tomar decisiones y resolver problemas
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social
- Negociar: llegar a acuerdos
- Organizar y liderar equipos
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor
- Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Aplicar instrumentos de planificación.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- Saber representar a la organización.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- BAYON MARINE, F. (2002) Organización y Recursos Humanos. Síntesis. Madrid.
- CHIAVENATO, I. (1999) Administración de Recursos Humanos. McGraw-Hill. Sta. Fe de Bogotá.
- GASPAR GONZALEZ, A. Y MARTIN ROJO, I. (2010) Administración de los recursos humanos en las empresas turísticas. Pirámide. Madrid.
- MARTIN ROJO, I. (2009): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. 4ª Edición. Pirámide. Madrid.
- RODRIGUEZ RODRIGUEZ, J. ET AL (2000): Dirección y gestión de personal. Pirámide. Madrid.
- SERRAT I JULIA, J. (1996): La gestión de personal en la empresa turística. Centro de Estudios Ramon Areces. Madrid.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	108 (100232) EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	MARKETING APLICADO A EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se evalúa:

la asistencia y participación a clases presenciales (1/2de la nota),

y el trabajo (caso) realizado en grupos y académicamente dirigido (1/2 de la nota)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se iniciará en la materia y conceptos a través de clases magistrales participativas.

Los conceptos se trabajaran en las clases prácticas a través de casos reales y trabajo de campo.

Por último, se completará el contenido, con experiencias reales contadas por ponentes de reconocido prestigio. Se pretende crear un foro entre empresarios y responsables de destinos y alumnos con el fin de intercambiar actitudes y proporcionar un flujo de conocimiento de la realidad al alumno

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

- BLOQUE TEMÁTICO:** Delimitación y selección de los mercados objetivos
 - Procedimiento para la determinación del mercado objetivo
 - Medición de la rentabilidad del mercado
- BLOQUE TEMÁTICO:** ¿Como y que estudiar de nuestros mercados objetivos?
 - Determinación del rol del turista en la planificación de las acciones comerciales
 - Herramientas para el estudio del mercado
 - Tendencias de consumo turístico
- BLOQUE TEMÁTICO:** Diseño de estrategias para la relación con nuestros mercados objetivos
 - Como atender a nuestros mercados
 - Gestión de clientes
- BLOQUE TEMÁTICO:** La fidelización de los mercados
 - Fidelización del mercado
 - Gestión de quejas

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Introducir al alumno en el estudio y análisis del comportamiento de los mercados como herramienta para un mejor diseño de respuestas comerciales. esto implica que se desea que el alumno:

Valoren la importancia del estudio y conocimiento del comportamiento del compra y consumo.

Sepan determinar qué estudiar y cómo del mercado.

Sepan identificar los diferentes perfiles del comportamiento.



Sepan identificar nuestros mercados metas.

Sepan medir la eficiencia de cada mercado elegido.

Sepan qué hacer para que los clientes sigan con nosotros, no se vayan con la competencia y ¿están satisfechos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

Negociar.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.

Manejar técnicas de comunicación en idiomas extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.

Entender el destino como sistema.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Procedimentales/instrumentales (Saber hacer).

Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

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

Aplicar instrumentos de planificación.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Actitudinales (Saber).

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

Saber representar a la organización.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ABASCAL F. (2002) Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro. Ed. Esic, Madrid.

BARQUERO, J.D. (2007) Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado mi cliente?. Ed. McGraw-Hill, Madrid.

BILL, S. (2006) Piense como su cliente. Una estrategia para incrementar ventas al entender cómo y por qué compran. Ed. Gestión 2000, Barcelona.

BLANCO, A. (2007) Atención al cliente. Ed. Pirámide, Madrid

Borja, S; Casanovas, JA y Bosh, R (2002) El consumidor turístico. Esic, Madrid

GARCÍA ORTIZ, F. Y OTROS (2006) Técnicas de servicios y atención al cliente. Ed. Thomson-Paraninfo, Madrid



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	109 (100233) FUNDAMENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT (YIELD MANAGEMENT)		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo al siguiente sistema:

Convocatoria ordinaria.

Durante el curso, los alumnos resolverán de forma individual o colectiva varios casos prácticos, ejercicios numéricos y diversas preguntas de reflexión sobre el contenido de las clases teóricas. El profesor de la asignatura evaluará la calidad de la solución de los casos prácticos, de los ejercicios y de las preguntas de reflexión a partir de la aplicación de los conocimientos impartidos en clase. La nota final correspondiente de la asignatura será la resultante de calcular la media aritmética de la nota obtenida en cada una de las cuatro pruebas realizadas.

Aquellos alumnos que no realicen estas actividades, deberán presentarse al examen final de la asignatura en la fecha prevista. El examen constará de dos partes: a) preguntas cortas conceptuales (50% de la nota) y b) ejercicios numéricos (50% de la nota). Mediante esta prueba escrita individual se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos.

Convocatoria extraordinaria.

Realización de una prueba escrita individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos. El examen constará de dos partes: a) preguntas cortas conceptuales (50% de la nota) y b) ejercicios numéricos (50% de la nota).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases magistrales obligatorias y foro de discusión en el estudio de casos.
- Clases prácticas: Resolución de casos.
- Organización de seminarios impartidos profesionales del sector turístico de reconocido prestigio.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: General

TEMA 1. Concepto y principios básicos del Hotel Revenue Management (RM).

- 1.1. Concepto.
- 1.2. "Strategic levers".
- 1.3. La cultura del Revenue Management.

TEMA 2. Predicción de la demanda. Análisis de series temporales.

- 2.1. Componentes específicos de las series temporales y el sector hotelero.
- 2.2. Cálculo de la "unconstrained demand".
- 2.3. Técnicas elementales de predicción.



TEMA 3. Análisis de la competencia y segmentación de la demanda.

TEMA 4. Estrategias y políticas de tarificación.

TEMA 5. Optimización de la capacidad. Introducción a la programación lineal.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Introducción al concepto de Yield management, con especial interés en su implementación a nivel práctico dentro del sector turístico.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

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

Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Talón, P., González, L. y M. Segovia Yield Revenue Management en el Sector Hotelero. Estrategias e Implantación Delta Publicaciones Universitarias Madrid 2012

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Cheng, K.Y. (2000): Hotel room rate pricing strategy for market share in oligopolistic competition: a twenty-year longitudinal study of super deluxe hotels in Seoul, Tourism Management, No 21. 2000

- Choi, T.Y., Cho, V. Towards a knowledge discovery framework for Yield Management in the Hong Kong hotel industry, Hospitality Management, No 19. 2000



- Emeksiz, M., Gursoy, D., Icoz, O. A Yield Management model for five-star hotels: Computerized and non-computerized implementation, Hospitality Management, Vol 25. 2006
- Griffin, R.K. A categorization scheme for critical success factors of lodging yield management systems, International Journal Hospitality Management, Vol. 14, No 3/4. 1995
- Gu, Z. Proposing a room pricing model for optimizing profitability, International Journal of Hospitality Management, Vol. 3, No 16. 1997
- Hoffman, K.D., Arnold, D.R. Professional service pricing: An extended cost-oriented approach, Journal of Professional Services Marketing, No 5. 1989
- Jones, P., Hamilton, D. Yield Management: Putting people in the big picture, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol.1, No 33. 1992
- Kim, W.G., Han, J., Hyun, K. Multi-stage synthetic hotel pricing, Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 28, No 2. 2004
- Kimes, S.E., McGuire, K.A. Function-space Revenue Management. A case study from Singapore, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, December. 2001
- Kimes, S.E., Wirtz, J. Perceived fairness of demand-based pricing for restaurants, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 1, No 43. 2002
- Lewis, R.C., Shoemaker, S. Price sensitivity measurement, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 2, No 38. 1997
- McGill, J.I., Van Ryzin, G. Revenue Management: Research Overview and Prospects, Transportation Science, Vol 33, Nº 2. 1999
- O'Neill, J., Rushmore, S. Refining estimates of hotel-financing costs, Hotel and Restaurant Administration Quarterly, December. 2000
- Ruiz, A., Chávez, M.E., Arias, C. Estado de la investigación de las publicaciones sobre Yield Management en revistas de turismo y hostelería, Papers de turisme, No 40. 2006
- Rushmore, S., Goldhoff, G. Hotel value trends. Yesterday, today and tomorrow, Hotel and Restaurant Administration Quarterly, December. 1997
- Subramanian, J., Stidham, S., Lautenbacher, C.J. Airline Yield Management with Overbooking, Cancellations and No-Shows, Transportation Science, Vol. 33, No 2. 1999
- Tellis, G.J. Beyond the many faces of price: An integration of pricing strategies, Journal of Marketing, No 50. 1986
- Tung, W., Capella, L.M., Tat, P.K. Service pricing: A multi-step synthetic approach, Journal of Services Marketing, Vol. 1, No 11 1997



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	110 (100234) GESTIÓN AVANZADA DE LA PRODUCCIÓN Y LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

REQUISITOS PREVIOS.

Conocimientos básicos de informática (nivel usuario).

SISTEMAS EVALUACIÓN

EVALUACIÓN CONTINUA:

Se procurará fomentar la evaluación continua de los alumnos, mediante trabajos semanales individuales que deberán entregarse al profesor por la plataforma virtual, exámenes de test y otras pruebas que el profesor propondrá. En este sentido se entenderá aprobado cuando la actividad reciba una calificación mínima de "Satisfactorio", de 5 sobre 10 o sus equivalentes en otras escalas. No se calificarán los trabajos presentados por dos o más alumnos de los que pueda presumirse duplicidad.

Tipo de pruebas:

- (90% de la nota) Trabajos académicamente dirigidos, tanto individuales como en grupo, y prácticas a desarrollar con información complementaria
- (10% de la nota) Asistencia activa a clases, seminarios y conferencias

Criterios de corrección:

Se evaluará la calidad de los contenidos desarrollados en los trabajos y examen y su ajuste a los resultados solicitados, las actividades propuestas por el alumno durante el curso y la asistencia a clases. También se valorarán la presentación de los contenidos, el análisis crítico de los mismos y el nivel de la expresión escrita, entendiéndose por esta última el esmero y calidad en la redacción y entrega, especialmente en lo referente a estilo, ortografía y distribución de contenidos.

EVALUACIÓN POR EXAMEN:

La materia también podrá eliminarse mediante examen a ejecutar en fecha prevista por la coordinación del master, debiendo obtenerse un 5 sobre 10 en la prueba.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

La materia se desarrollará mediante lecciones magistrales y atendiendo al modelo de enseñanza-aprendizaje. En ese sentido se elaborarán trabajos semanales que perseguirán la adquisición continua de conocimientos por parte del discente, así como el desarrollo de las competencias propuestas.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nuclear

- 1.- El subsistema de operaciones. Variables que definen el proceso productivo.
- 2.- La programación operativa y temporal de las operaciones: programación restringida, grafos GANTT y PERT.
- 3.- La fiabilidad y el mantenimiento. El proceso de su subcontratación.
- 4.- La calidad y los procesos productivos.

BLOQUE TEMÁTICO: Transversal

- 5.- La producción desde un punto de vista sectorial: las operaciones de restauración, hoteleras, de agencias de viajes y de turística complementaria.
- 6.- Seguridad e higiene laboral: prevención de riesgos laborales y disciplinas asociadas.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.- Entender las variables y subsistemas de la empresa, y en especial las vinculadas con el subsistema operativo.
- 2.- Saber programar operativa y temporalmente las operaciones empresariales turísticas, recurriendo a técnicas complejas asistidas por ordenador.
- 3.- Conocer las metodologías de elaboración de análisis de fiabilidad. Gestionar correctamente la función de mantenimiento, en especial en lo referente a la problemática de su subcontratación.
- 4.- Comprender la importancia de la calidad dentro de los procesos productivos, y avanzar en el conocimiento de su gestión.
- 5.- Aprender los extremos vinculados con la producción desde una óptica sectorial: restauración, hoteles, agencias de viajes e industria complementaria.
- 6.- Enriquecer los conocimientos sobre prevención de riesgos laborales y el análisis de los mismos en el entorno del departamento de producción.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Tomar decisiones y resolver problemas.
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social.
- Negociar: llegar a acuerdos.
- Organizar y liderar equipos.
- Desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo
- Desarrollo de la capacidad de gestión del tiempo
- Desarrollo de la capacidad de negociación
- Desarrollo de la capacidad de expresión y comunicación
- Desarrollo de la capacidad analítica y conceptual

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.



COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Procedimentales/instrumentales (Saber hacer).

Aplicar instrumentos de planificación.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Actitudinales (Saber).

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor

Adaptarse a nuevas situaciones

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo

Técnicas:

- Aprendizaje de técnicas de gestión avanzada de la producción en empresas turísticas
- Desarrollo de habilidades de cognición, elaboración de datos y toma de decisiones sobre producción turística
- Adquisición de destrezas en el uso del software de ayuda para la toma de decisiones sobre producción turística

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Albert Piñole, I. Gestión, productos y servicios de agencias de viajes Centro de Estudios Ramón Areces 1999

Bayón Mariné, F. y Martín Rojo, I. Operaciones y procesos de producción en el sector turístico Síntesis 2003

Cerra, J, et al. Gestión de producción de alojamientos y restauración Síntesis 1991

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- Heizer, J. y Render, B. Dirección de la producción. Decisiones Tácticas. Pearson 2001
Bloques temáticos: Nuclear
- Muñoz, Oñate, F. y Rodrigo Moya, B. Dirección de operaciones en alojamiento y restauración Universitas Internacional 2003
Bloques temáticos: Transversal



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	111 (100235) GESTIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DESARROLLO LOCAL		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA (10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

- Elaboración de cuestionarios de evaluación individuales para los bloques temáticos 1, 2 y 3 (30% de la nota final: prueba individual evaluable).
- Elaboración de tareas colectivas para los bloques temáticos 1, 2 y 3 (60% de la nota final: prácticas desarrolladas durante el curso y trabajos académicamente dirigidos).
- Elaboración de una práctica de campo (10% de la nota final: asistencia a clase, seminarios y conferencias).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente incluye sesiones de clases teóricas, clases prácticas, seminarios y un seguimiento de los trabajos autónomos de los alumnos:

- Clases teóricas: exposición de contenidos con apoyo de material audiovisual, discusión de documentos y textos complementarios.
- Clases prácticas: trabajos aplicados para la búsqueda de información sobre turismo y medio natural, gestión del medio natural, etc.
- Seminarios: trasladar la experiencia del sector a partir del contacto con profesionales del ámbito privado y público.
- Trabajo autónomo del alumno: elaboración de una serie de tareas de aprendizaje de manera autónoma (individualmente o en grupos de trabajo).

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ANÁLISIS

- Tema 1. La actividad turística y el medio natural. Los recursos naturales como soporte de la actividad turística.
- Tema 2. Turismo en la naturaleza y turismo de naturaleza: conceptualización y caracterización.
- Tema 3. Turismo y desarrollo local.

BLOQUE TEMÁTICO: GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN SOSTENIBLE DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

- Tema 4. Conceptos básicos en el marco del desarrollo y la sostenibilidad.
- Tema 5. Turismo y desarrollo sostenible.
- Tema 6. Políticas turísticas de sostenibilidad.

BLOQUE TEMÁTICO: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

- Tema 7. Concepto de Espacio Natural Protegido. Clasificación de los ENP. Los ENP en Andalucía.
- Tema 8. Legislación específica aplicable en ENP.
- Tema 9. Gestión y Planificación del turismo en ENP.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Esta asignatura pretende que el alumno profundice en los fundamentos conceptuales y terminológicos de la gestión y planificación del medio natural como soporte de la actividad turística. Este objetivo genérico se plasma en una serie de presupuestos específicos:

- Conocer y reflexionar sobre los vínculos existentes entre medio natural y actividad turística.
- Analizar las distintas facetas del turismo en el medio natural y su evolución reciente.
- Comprender las implicaciones ambientales del aprovechamiento turístico del medio natural.



- Conocerla normativa aplicable al aprovechamiento turístico de los Espacios Naturales Protegidos.
- Aplicar los planteamientos y las herramientas de gestión adquiridas en otras asignaturas para asegurar un aprovechamiento turístico sostenible del medio natural.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Organizar y liderar equipos.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de comunicación oral y escrita.
- Capacidad para la gestión de información.
- Capacidad para el aprendizaje autónomo.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica profesional.
- Creatividad.
- Capacidad para aprender y trabajar de forma autónoma.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- Conocer los principios de la gestión sostenible.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ANDRÉS, M DEL CERRO, A. BENAYAS, J. Propuesta de un modelo para identificar impactos ambientales del turismo en espacios naturales Cuadernos de Turismo 2000
- BLÁZQUEZ, A. Y SÁNCHEZ, J. (COORD.) Deporte y naturaleza: el impacto de las actividades deportivas y de ocio en el medio natural Talasa 2001
- BURTO, R. La cabida del campo para el recreo Monografías del ICONA 1975
- CALLIZO SONEIRO Potencialidades turísticas de las áreas interiores. Conflictos y cautelas Universidad Autónoma de Madrid 1997
- CÁNCER, L.A. La degradación y protección del paisaje Cátedra 1999
- CONESA FERNÁNDEZ-VITORIA Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental Mundi-Prensa 1997
- GÓMEZ OREA, D. Evaluación del impacto ambiental Agrícola España 1999

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

- SÁNCHEZ BLANCO, A. Políticas medioambiental y territorial Comares 1999
Bloques temáticos: DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ANÁLISIS
- BENAYAS DEL ÁLAMO Manual de buenas prácticas del monitor de naturaleza: espacios naturales protegidos de Andalucía Cosnjería de Medio Ambiente 2000
Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS
- BLANCO PORTILLO, R. Y GOMEZ LIMÓN, J. Gestión del uso público, Plan de Acción para los ENP del espato español EUROPARC 2000
Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA El turismo en los Parques Naturales andaluces Confederación de Empresarios de Andalucía 1996
Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS
- CORRALIZA, J.A., GARCIA, J. Los parques naturales en España: conservación y disfrute Fundación Alfonso Martín Escudero 2002
Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS
- GILPEREZ FRAILE, L. Guía turística de los Parques Naturales Andaluces Acción Divulgativa 1992
Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS



GOMEZ LIMÓN GARCÍA, J. et alii De la declaración a la gestión activa: los espacios naturales protegidos del estado español en el umbral del siglo XXI. Fundación González Bernáldez 2000

Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

GÓMEZ MENDOZA El desarrollo rural y los espacios naturales protegidos MAPA 1995

Bloques temáticos: DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ANÁLISIS

GONZÁLEZ LIMÓN, J.M. Desarrollo local y medioambiente ESIC 2000

Bloques temáticos: DELIMITACIÓN DEL ÁREA DE ANÁLISIS

MARCHENA, M. et alii Ocio y turismo en los Parques Naturales andaluces Dirección General de Turismo 1992

Bloques temáticos: EL TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	112 (100236) GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN (230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN		

SISTEMAS EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos por los alumnos se efectuará atendiendo al siguiente sistema:

Convocatoria ordinaria.

Durante el curso, los alumnos resolverán de forma individual varios casos prácticos y pruebas tipo test sobre el contenido de las clases teóricas. La nota final correspondiente de la asignatura será la resultante de calcular la media aritmética de la nota obtenida en cada una de las pruebas realizadas.

Aquellos alumnos que no realicen estas actividades, deberán presentarse al examen final de la asignatura en la fecha prevista. El examen constará de dos partes: a) preguntas cortas conceptuales o tipo test (70% de la nota) y b) ejercicios prácticos (30% de la nota). Mediante esta prueba escrita individual se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos.

Convocatoria extraordinaria.

Realización de una prueba escrita individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos. El examen constará de dos partes: a) preguntas cortas conceptuales o tipo test (70% de la nota) y b) ejercicios prácticos (30% de la nota).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases Presenciales teóricas y prácticas: 30% de los créditos ECTS de carga de trabajos del alumno:
 - Clases teóricas: Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a las asignaturas d que integran el módulo.
 - Clases prácticas: Desarrollo de habilidades y destrezas realcionadas con los contenidos teóricos de las asignaturas que integran el módulo.
- Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: 60% de los créditos ECTS. Incluye:
 - Estudio y lectura
 - Tutorías. Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas relacionadas con las asignaturas que integran el módulo.
 - Actividades complementarias relacionadas: asistencia a conferencias, seminarios, jornadas, etc. que puedan contribuir a complementar los conocimientos adquiridos en las asignaturas que integran el módulo.
- Evaluación: 10% de los créditos ECTS
 - Realización de exámenes y pruebas de evaluación.
 - Ejercicios prácticos.
 - Realización de trabajos Dirigidos, etc.



CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

- 1.- Marco normativo contable español. Fuentes normativas. PGC: estructura y contenido
- 2.- Características de la gestión financiera y contable de hoteles
- 3.- Características de la gestión financiera y contable de empresas de intermediación turística.
- 4.- Casos prácticos:
 - * Diseño de un sistema de control de gestión basado en USALI

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Capacitar al alumno para elaborar e interpretar la información contable para el control de gestión y la toma de decisiones en las empresas turísticas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Conocer las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

Negociar: llegar a acuerdos.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AECA La Contabilidad de Gestión en las Empresas Hoteleras.

Pereira Soler, F. Contabilidad para Dirección 2005

Plan General de Contabilidad y de PYMES 2008 R.D. 1514/07 y 1515/07, de 16 de noviembre. 2008

USALI Uniform System of Accounts for the Lodging Industry



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	113 (100237) GESTIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS		
Departamento::	(28) HISTORIA DEL ARTE (465A) HISTORIA DEL ARTE		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se realizarán tres ejercicios prácticos. El primero consistirá en la realización de un texto divulgativo sobre un elemento del patrimonio andaluz. El segundo tratará sobre la asignación de un lema a un producto patrimonial. El tercero consistirá en la realización de un itinerario que permita poner en valor el patrimonio cultural.

Tipo de pruebas y criterios de corrección.

Tipo de pruebas: Trabajos prácticos realizados por el alumno a lo largo del curso.

Criterios de corrección: se valorará la madurez que refleje el alumno en su trabajo, así como la participación en clase.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se basa en la exposición de unos principios teóricos y su aplicación práctica, mediante la exposición de "clases magistrales". El objetivo es que el alumno se familiarice con unas áreas temáticas que desconoce, y pueda desarrollar unas habilidades que le servirán en su futuro aprendizaje e inserción laboral

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

El sistema de protección del Patrimonio Histórico Andaluz: Realidades y casuísticas en la arqueología, etnología, la arquitectura y la historia del arte

Difusión, comunicación o puesta en valor del Patrimonio Histórico Andaluz: ¿Qué hacer y cómo hacerlo?

¿Cómo hacer de un recurso patrimonial un producto patrimonial?: Ideas y principios

Bases para realizar una empresa sobre la gestión del Patrimonio Cultural: Objetivos y Planificación

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

Conocer los principios de la gestión sostenible.

Conocer las políticas que afectan al destino.

Diseñar productos y emprender productos turísticos.

Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.



Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Organizar y liderar equipos.

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

Conocer los principios de la gestión sostenible.

Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.

Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.

Conocer las políticas que afectan al destino.

Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.

Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

AA.VV. Difusión del patrimonio histórico. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. 1996

AA.VV. Proyecto Trashumancia. Turismo Cultural. Análisis y metodología de producción. Logroño, Caja Rioja, 1998

AA.VV. Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000

AA.VV. Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea, Sevilla, Diputación Provincial, 1998

BALLART, J. El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, Barcelona, Ariel, 1997.

BALLART, J., y JUAN I TRESERRAS, J. La gestión del patrimonio cultural, Barcelona, Ariel, 2001

CAMPILLO GARRIGÓS, R. La gestión y el gestor del Patrimonio Cultural, Murcia, Editorial KR, 1998

MORALES MIRANDA, J. Guía práctica para la interpretación del Patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante, Sevilla, Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales, 1998

VALDÉS PELÁEZ, L. y RUIZ VEGA, A.V. Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1996



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	114 (100238) HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS		
Departamento::			
	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		66,67%
	(26) GEOGRAFÍA		
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA		33,33%

SISTEMAS EVALUACIÓN

CONTENIDOS (temas) y EVALUACIÓN (pruebas)

- Se evalúa la asistencia a clases presenciales y salidas de campo (10%),
- Lecturas y trabajos en clase (35%)
- Intervención en el destino objeto de estudio (55%). Seminario sobre el destino de Málaga.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍA DOCENTE

Trabajo práctico: Método del caso simulando que los docentes son los gerentes de un destino y los estudiantes son una consultora que debe resolver problemas. Enfoque real y planteamiento de soluciones.

Clases Magistrales: Para iniciar los conocimientos. Entrega de documentación en Campus Virtual.

Lecturas obligatorias: Indicar en cada caso

Equipos para la práctica: Trabajos colaborativo en grupos o individual (agrupación voluntaria de 3) sobre el destino turístico Málaga capital

Criterios de corrección de la práctica: Búsqueda de información, Análisis, Síntesis y Presentación. Ver rúbrica en el Campus Virtual.

Extensión del trabajo: Trabajo sin límites pero con resumen ejecutivo de 3 páginas.

Se desarrollan conferencias y salidas técnicas

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

1. EL USO DE INDICADORES EN LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO.
2. SISTEMAS DE CALIDAD Y MARCAS EN DESTINOS
3. INSTRUMENTOS PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LOS DESTINO
4. ACTUACIONES PARA LA MEJORA DEL DESTINO

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Con esta asignatura se pretende que el alumno profundice en el conocimiento del destino turístico de forma integral, a la vez que ensaya



actuaciones sobre el mismo y emplea herramientas para la mejora del destino. De forma más concreta se plantean los siguientes objetivos:

1. Análisis de algunas herramientas para la gestión de flujos turísticos.
2. Análisis de los sistemas de calidad y marcas en destinos. Creación de redes/club de destinos turísticos.
3. Estudio de los Instrumentos para la competitividad turística de los destinos: ventajas comparativas y competitivas. Los procesos de negociación y participación.
4. Aplicación de actuaciones para la mejora del destino: Marketing de destinos turísticos.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir y valorar prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Valorar situaciones dinámicas y globales.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

Negociar: llegar a acuerdos.

Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer los principios de la gestión sostenible.

Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.

Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones

Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Almeida García, F. ¿Calidad y gestión integral de destinos turísticos?, en V Congreso Galego da Calidade, 145-154, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.2004

De la Calle Vaquero La ciudad histórica como destino turístico, Ariel Turismo, Barcelona. 2002.

García Hernández, M Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de acogida turística y gestión de los flujos de visitantes. Valencia. Edt. Tirant lo Blanch. 2003

Seisdedos, G. Cómo gestionar las ciudades del siglo XXI: del city marketing al urban management; Edt. Prentine Hall, Madrid. 2007



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	115 (100239) METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO		
Departamento::			
	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		25%
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		12,5%
	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN		
	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		25%
	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		25%
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		12,5%

SISTEMAS EVALUACIÓN

Seguimiento del trabajo continuado por parte del alumno mediante su participación activa en clase 30%.

La realización de un caso práctico final 40%.

Realización de una prueba final sobre el contenido del módulo 30%.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Metodología que combina la clase magistral para información básica, el análisis de casos prácticos y trabajo específico de alumno para resolver los diferentes casos. La actividad va encamina al desarrollo de las habilidades del alumnos a través de un caso práctico.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

Principios básicos de la ciencia y la investigación.

Aspectos conceptuales, fundamentales y procedimentales de la investigación.

Fuentes documentales de investigación en turismo

-Apoyo a la investigación

La investigación aplicada al turismo y su carácter multidisciplinar.-

- Investigación en el análisis geográfico de los destinos turísticos.

- Investigación aplicada a la administración y organización de empresas turísticas.

- Investigación aplicada a la economía del turismo

- Investigación en marketing turístico.

- Investigación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones aplicadas al turismo.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo de la asignatura es iniciar al alumnado en las tareas de investigación, conocer los fundamentos de la investigación y aplicar



metodologías científicas adecuadas. Manejar técnicas de recogida y análisis de datos y convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Adaptarse a nuevas situaciones.
- Tomar decisiones y resolver problemas.
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social.
- Negociar: llegar a acuerdos.
- Organizar y liderar equipos.
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones.
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Azar, Gabriela, and Silar, Mario Metodología de Investigación y Técnicas Para La Elaboración de Tesis Hispania Libros 8493437417 2006
- Bunge, M. La Ciencia, su Método y su Filosofía. Editorial Panamericana 2001
- Cegarra Sánchez, José Metodología de la investigación científica y tecnológica Ediciones Diaz de Santos 2004
- Echeverría, J. Filosofía de la ciencia. Ediciones Akal 1995
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio Fundamentos de metodología de la investigación McGraw-Hill 9788448160593 2007
- Higueras Arnal, A.M Teoría y método de la geografía. Introducción al análisis geográfico regional. Edt. Presas, Universitarias de Zaragoza 2003
- Kozak, M y Andreu, L. Progress in tourism Marketing Elsevier 2006
- Luque Martínez, T Técnicas de Análisis de Datos en Investigación de Mercados. Pirámide 2000
- María Jesús Úriz...[et al.] Metodología para la investigación Eunate 2006
- Ortega Valcárcel, J. Los horizontes de la Geografía. Teoría de la Geografía. Ariel 2000
- Popper, Karl En busca de un Mundo Mejor. Paidós Estado y Sociedad 1996
- Rocha Centeno, Rogelio Metodología de la investigación aplicada al turismo: casos prácticos 1999
- Sarabia, F. J. Metodología para la investigación en Marketing y Dirección de Empresas. Piramide 1999



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	116 (100240) PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	6	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Prácticas externas		
Materia en la que se integra:	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::			
	(68) ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68)		
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep.	10%	
	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN		
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN	10%	
	(28) HISTORIA DEL ARTE		
	(465A) HISTORIA DEL ARTE	10%	
	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN		
	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	10%	
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	10%	
	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)		
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	10%	
	(26) GEOGRAFÍA		
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA	10%	
	(26) GEOGRAFÍA		
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL	10%	
	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES		
	(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL	10%	
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10%	

SISTEMAS EVALUACIÓN

Las prácticas serán evaluadas por un tutor de la empresa con el correspondiente informe que supondrá el 75% de la calificación. El 25% restante de la calificación la emitirá el tutor académico del Master en función de la evaluación que realice de la Memoria presentada en la fecha fijada en el Centro.

Si el alumno ha realizado trabajos similares a los de las prácticas se les podrá reconocer, previo informe de la Comisión de Prácticas, evaluándose del siguiente modo:

- Informe sobre las prácticas por parte del tutor académico: 40% de la calificación.
- Presentar una Memoria en el Centro en la fecha fijada: 60% de la calificación.



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las practicas permiten obtener una experiencia profesional en una empresa o institucion turistica, así como una formación práctica donde se aplican los conocimientos adquiridos. Se realizaran actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del posgrado.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Reconocer las competencias a nivel individual, grupal y organizativo.

Trabajar en un contexto de responsabilidad social.

Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	117 (100241) SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS		
Departamento::	(26) GEOGRAFÍA (10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Tipo de pruebas. Prácticas individuales en aula de informática y trabajo práctico en grupos y en aula de informática.

Valoración de pruebas:

Para las prácticas individuales en aula de informática: 60 %

Para el trabajo práctico en grupos y en aula de informática: 40 %

Criterios de corrección. Evaluación continua de las prácticas individuales, donde se valora la capacidad de resolución de las mismas respecto al planteamiento metodológico, a la destreza y habilidad en la realización del proceso metodológico diseñado y finalmente en lo concerniente a los recursos utilizados para la representación de los resultados. Respecto al trabajo práctico se valorará el contenido respecto a la información obtenida, la aplicación de los instrumentos y técnicas informáticas para el análisis y la participación activa de cada miembro del grupo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades se programan para la adquisición de las competencias generales del módulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos y de las competencias concretas de la asignatura Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo.

Como actividades de carácter presencial se plantea la docencia práctica con grupo completo en aula de informática para la realización de prácticas de manera autónoma con ordenador. Estas prácticas irán destinadas a identificar las distintas funciones y capacidades de los SIG y al aprendizaje de un software SIG. Estas prácticas se complementan con la realización de un trabajo práctico en grupos reducidos para el manejo de información geográfica y turística. Este trabajo práctico tiene como objetivo identificar, valorar y comprender los elementos constitutivos del territorio para su posterior tratamiento con SIG.

Como actividades de carácter no presencial y como apoyo a las prácticas personales se propone el trabajo autónomo para el aprendizaje orientado por el profesor sobre los materiales suministrados. Se trata de la realización de casos prácticos destinados a utilizar los diversos métodos de análisis de información geográfica como elementos esenciales para el desarrollo metodológico de aplicaciones SIG en el ámbito turístico. Aquí el estudiante trabaja de modo individual, desarrollando y profundizando en las directrices recibidas sobre la resolución de los problemas y sobre los procedimientos.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: SIG APLICADO AL TURISMO

1. Captura de datos geográficos de carácter turístico y formato digital y su integración en un SIG desde distintas fuentes.
2. Principales operaciones con bases de datos en un Sistemas de Información Geográfica.
3. Utilidades de los SIG para el inventario y gestión de los recursos turísticos.
4. Generación de cartografía e información temática de carácter turístico.
5. Operaciones de análisis espacial. Los SIG como herramienta para la planificación y gestión turística.

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:



1. Aprender el trabajo con datos geográficos de carácter turístico y formato digital y su integración en un SIG desde distintas fuentes.
2. Mostrar las principales operaciones con bases de datos en un Sistema de Información Geográfica.
3. Exponer la metodología de utilización de los SIG para el inventario, planificación espacial de las actividades y gestión de los recursos turísticos.
4. Enseñar a generar cartografía e información temática de carácter turístico.
5. Mostrar las operaciones de análisis espacial de los SIG para la planificación y gestión turística.

COMPETENCIAS

TRANSVERSALES.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva
- Adaptarse a nuevas situaciones
- Tomar decisiones y resolver problemas
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social
- Negociar: llegar a acuerdos
- Organizar y liderar equipos
- Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor
- Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero

ESPECÍFICAS.

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- Conocer los principios de la gestión sostenible.
- Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- Entender el destino turístico como sistema.
- Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- Aplicar instrumentos de planificación.
- Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- Conocer las políticas que afectan al destino.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
- Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- Saber representar a la organización.



Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Manejar las técnicas de comunicación y servucción

Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.

Conocer los métodos y técnicas para la formulación, realización, presentación y defensa de un proyecto fin de máster

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ANTÓN CLAVÉ, SALVADOR, GONZÁLEZ, REVERTÉ, FRANCESC, ANDREU SUNYER, NEUS, DONAIRE, JOSÉ ANTONIO, GALACHO JIMÉNEZ, FEDERICO BENJAMÍN, GARCÍA HERNÁNDEZ, MARÍA, LÓPEZ OLIVARES, DIEGO, MATEU LLADÓ, JAIME Y PUERTAS BLÁZQUEZ, JAVIER Planificación Territorial del Turismo. Editorial UOC 2005

BOSQUE SENDRA, JOAQUÍN Sistemas de Información Geográfica. Edit. Rialp 1992

COMAS, DAVID Y RUIZ, ERNESTO Fundamentos de los Sistemas de Información Geográfica. Edit. Ariel 1995

GALACHO JIMÉNEZ, FEDERICO BENJAMÍN Las nuevas tecnologías en la planificación y gestión turística. PUBLICIADO en: Santos Solla, X.M. (ed.): La Geografía y la gestión del Turismo. . pp: 415-464 Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Santiago de Compostela 2003

GÓMEZ DELGADO, MONTSERRAT y BARREDO CANO, JOSÉ I. Sistemas de Información Geográfica y evaluación multicriterio en la ordenación del territorio. RA-MA 2005

GUITIERREZ PUEBLA, J. y GOULD, M. Los Sistemas de Información Geográfica. Síntesis 1994

MORENO JIMÉNEZ, ANTONIO Sistemas y Análisis de la Información Geográfica. Manual de aprendizaje con ARCGIS. RA-MA 2005

PENA LLOPIS, JUAN Sistemas de Información Geográfica aplicados a la gestión del territorio. Editorial Club Universitario 2005

SANTOS PRECIADO, JOSÉ MIGUEL Sistemas de Información Geográfica. Ed. UNED 2004



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	118 (100242) TICS APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO		
Número de créditos ECTS:	3	Unidad temporal:	2º Semestre
Carácter::	Optativa		
Materia en la que se integra:	INFORMÁTICA PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS		
Departamento::	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN (570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS		

SISTEMAS EVALUACIÓN

Se evaluará la participación continuada del alumno en las tareas propuestas en clase a lo largo del curso. La calificación global se obtendrá a partir de la media de las diferentes tareas propuestas en clase (60% calificación), siendo obligatorio entregar el 85% de las mismas para poder ser evaluado. Adicionalmente se propone una tarea a entregar y presentar en clase (20% calificación) y un trabajo a propuesta del profesor a entregar al final del periodo de docencia (20% calificación).

Se tendrá prevista una prueba individual para la convocatoria extraordinaria en caso de no superarse la asignatura en la convocatoria ordinaria. Dicha prueba tendrá una parte teórica (40% calificación) y otra práctica en ordenador (60% calificación).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se empleará una metodología donde se fomente la participación activa del alumno. Para ello, se hará uso intensivo de la plataforma de enseñanza virtual Moodle, en especial de las herramientas de foros, tareas y cuestionarios.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO:

Tema 1. Procesos de evaluación de software en turismo

Tema 2. Desarrollo de proyectos TICs en el turismo

Tema 3. Casos de estudio

- * Sistemas informáticos integrados de gestión de alojamientos
- * Sistemas informáticos integrados de gestión de intermediación
- * Sistemas informáticos integrados de gestión de restauración
- * Sistemas informáticos integrados de gestión de transporte

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo principal es dar a conocer la importancia de los sistemas informáticos integrados en las empresas e instituciones del sector turístico. Se profundizará sobre los principales aspectos de software para la gestión y dirección de empresas hoteleras y de intermediación turística, etc. Uno de los principales objetivos es aprender a decidir sobre la necesidad de aplicación y/o elección de tecnologías de la información y las comunicaciones en el ámbito de las empresas e instituciones turísticas.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENÉRICAS.

Definir prioridades en la consecución de objetivos.

Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.



Adaptarse a nuevas situaciones.

Tomar decisiones y resolver problemas.

Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.

Organizar y liderar equipos.

Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Conocer las técnicas de dirección empresarial.

Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

Saber representar a la organización.

Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Garrigos Simon, Fernando Jose Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico. Universidad Jaume I. Servicio de comunicación y publicaciones 2006

Les m. Lumsdon and Stephen Page tourism and transport: Issues and agenda for the new millennium. Elsevier. Elsevier 2003

Pablo Redondo, Rosana Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Ramón Areces 2004

Peter o¿connor Using computers in hospitality and tourism 3rd ed. continuum international publishing group 2003

Rufin Moreno, Ramón Las empresas turísticas en la sociedad de la información. Ramón Areces. 2002

Stephen j. Page Transport and tourism Pearson 2005

Wayne R. Pease, Michelle Rowe, Malcolm Cooper Information and communication technologies in support of the tourism industry. Idea group publishing 2007

John Crotts, Dimitrios Buhalis, roger march Global alliances in tourism and hospitality management . The haworth hospitality 2000



FICHA DESCRIPTIVA DE LA ASIGNATURA

INFORMACIÓN GENERAL

Denominación de la asignatura:	119 (100243) TRABAJO FIN DE MÁSTER	
Titulación:	Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	
Número de créditos ECTS:	12	Unidad temporal: 2º Semestre
Carácter::	Trabajo fin de estudios	
Materia en la que se integra:	TRABAJO FIN DE MÁSTER	
Módulo en el que se integra:	MÓDULO DE PROYECTO FIN DE MÁSTER	
Departamento::	(38) PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES	
	(740A) PSICOLOGÍA SOCIAL	10%
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
	(650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	10%
	(16) ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)	10%
	(26) GEOGRAFÍA	
	(10A) ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL	10%
	(14) ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
	(95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10%
	(68) ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68)	
	(225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep.	10%
	(26) GEOGRAFÍA	
	(435A) GEOGRAFÍA HUMANA	10%
	(28) HISTORIA DEL ARTE	
	(465A) HISTORIA DEL ARTE	10%
	(47) LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN	
	(570A) LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	10%
	(18) CONTABILIDAD Y GESTIÓN	
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:CONTABILIDAD Y GESTIÓN	5%
	(62) FINANZAS Y CONTABILIDAD	
	(230A) ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD. Dep.:FINANZAS Y CONTABILIDAD	5%

SISTEMAS EVALUACIÓN

La calificación total de cada Trabajo Fin de Master(TFM) estará compuesta por la siguiente distribución (*):

- El 60% de la calificación final corresponderá a la calificación emitida por el director del TFM.
- El 40% de la calificación final corresponderá a la calificación emitida por el tribunal

(*) Consultar normativa trabajo fin de máster aprobada por Junta de Centro



ACTIVIDADES FORMATIVAS

Activa y participativa. Tutorías programadas con el director del trabajo para ofrecer a los alumnos un esquema conceptual y genérico del trabajo a desarrollar.

El trabajo fin de máster tiene como objetivo aplicar los conocimientos y las competencias adquiridas en las asignaturas del posgrado, en el contexto de las empresas y/o instituciones, mercados o destinos turísticos (*)

Es muy importante que el trabajo fin de máster se realice pensando, prioritariamente, en una utilidad INVESTIGADORA y/o PROFESIONAL.

(*) Consultar normativa trabajo fin de máster aprobada por Junta de Centro

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

BLOQUE TEMÁTICO: Tipos de trabajos fin de master

Todo trabajo debe ajustarse a alguna de las siguientes descripciones (*):

- Elaboración de un proyecto para la creación de una empresa en el ámbito del sector turístico.
- Desarrollo de una idea innovadora que constituya una contribución de relevancia en el ámbito del turismo.
- Especificar, analizar, diseñar un proyecto en el ámbito del turístico.
- Realización de estudios técnicos y /o socioeconómicos relacionados con el sector turístico.

(*) Consultar normativa trabajo fin de máster aprobada por Junta de Centro

OBSERVACIONES

OBJETIVOS GENERALES:

El objetivo general del Trabajo fin de master (TFM) es aplicar los conocimientos y las competencias adquiridas en las asignaturas del posgrado, en el contexto de las empresas y/o instituciones, mercados o destinos turísticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Estudiar detalladamente los procesos de toma de decisión en el turismo.
- Adquirir métodos de análisis del turismo útiles para el desarrollo profesional.
- Desarrollar la capacidad de búsqueda de información estadística, documental y bibliográfica necesaria para la realización del TFM.
- Desarrollar la capacidad de detección de problemas relevantes para la consecución de objetivos de empresas o instituciones, mercados y destinos turísticos.
- Aplicar los métodos de análisis al estudio de los problemas detectados.
- Formular recomendaciones y propuestas para la gestión de la resolución de los problemas.
- Potenciar la capacidad de trabajo, poniendo en práctica habilidades directivas críticas (liderazgo, comunicación, resolución de conflictos, negociación, motivación, etc.) que permitan en el futuro de la carrera profesional dirigir e integrarse en un equipo de trabajo.
- Iniciarse en los trabajos de investigación, que nos permita centrar el tema de una futura tesis doctoral.

En consecuencia, es muy importante que el TFM se realice pensando, prioritariamente, en una UTILIDAD INVESTIGADORA y/o PROFESIONAL.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES/GENERICAS.

- Definir prioridades en la consecución de objetivos.
- Tener visión innovadora, prospectiva y proactiva.
- Adaptarse a nuevas situaciones.
- Tomar decisiones y resolver problemas
- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos.
- Trabajar en un contexto de responsabilidad social.
- Negociar: llegar a acuerdos.
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.



Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS: Cognitivas (Saber).

Conocer los métodos y técnicas para la formulación, realización, presentación y defensa de un proyecto fin de máster

ASIGNACIÓN DOCENTE

Facultad de Turismo

Graduado/a en Turismo

PRIMER CURSO

Primer semestre

101 Geografía General y Regional del Turismo

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** GEOGRAFÍA
HORAS TEÓRICAS 33.3 **HORAS PRÁCTICAS** 11.7 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A
Docente RAFAEL CORTES MACIAS **Horas Impartidas** 33.3

Actividad Prácticas
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A
Docente MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ **Horas Impartidas** 11.7

Actividad Prácticas 2
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A
Docente RAFAEL CORTES MACIAS **Horas Impartidas** 11.7

Actividad Prácticas 3
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A
Docente RAFAEL CORTES MACIAS **Horas Impartidas** 11.7

GRUPO B

Actividad Clases teóricas
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B
Docente RAFAEL CORTES MACIAS **Horas Impartidas** 33.3

Actividad Prácticas
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B
Docente FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA **Horas Impartidas** 11.7

Actividad Prácticas 2
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B
Docente FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA **Horas Impartidas** 11.7

Actividad Prácticas 3
Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B
Docente FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA **Horas Impartidas** 11.7

GRUPO C

Actividad Clases teóricas
Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B
Docente CARLOTA ANGELA ESCUDERO GALLEGOS **Horas Impartidas** 33.3

Actividad Prácticas
Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B
Docente MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ **Horas Impartidas** 11.7

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas 2	Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente		
RAFAEL CORTES MACIAS		11.7

Actividad Prácticas 3	Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente		
MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ		11.7

GRUPO D

Actividad Clases teóricas	Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
CARLOTA ANGELA ESCUDERO GALLEGOS		33.3

Actividad Prácticas	Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ		11.7

Actividad Prácticas 2	Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ		11.7

Actividad Prácticas 3	Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA BELEN ZAYAS FERNANDEZ		11.7

102 Inglés Aplicado al Turismo I

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA ANGELES CONEJO FORT		36

Actividad Prácticas	Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA ANGELES CONEJO FORT		9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA ANGELES CONEJO FORT		9

Actividad Prácticas 3	Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente		
MARIA ANGELES CONEJO FORT		9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente		
MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA		36

Actividad Prácticas	Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente		
MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA		9

Actividad Prácticas 2

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas
Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA ANGELES CONEJO FORT 36

Actividad Prácticas
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA ANGELES CONEJO FORT 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA ANGELES CONEJO FORT 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA ANGELES CONEJO FORT 9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas
Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 36

Actividad Prácticas
Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA 9

103 Introducción a la Economía

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 ANTONIO ANTUNEZ TORRES 6
 MIGUEL ANGEL ROPERO GARCIA 13
 ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ 17

Actividad Prácticas
Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MIGUEL ANGEL ROPERO GARCIA 9

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO ANTUNEZ TORRES	5
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	4

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO ANTUNEZ TORRES	5
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	4

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL LOPEZ DELGADO	20
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	16

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL LOPEZ DELGADO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL LOPEZ DELGADO	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	36

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPER GARCIA	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPERO GARCIA	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
MIGUEL ANGEL ROPERO GARCIA	9

104 Organización y Gestión de Empresas

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	36

Actividad Prácticas

Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
JOSE ANTONIO JIMENEZ LOPEZ	6
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	3

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	36

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	8
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	1

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	36

Actividad Prácticas

Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	9

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas 2	Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente	JOSE ANTONIO JIMENEZ LOPEZ	9

Actividad Prácticas 3	Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente	JOSE ANTONIO JIMENEZ LOPEZ	9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas	Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	36

Actividad Prácticas	Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	9

Actividad Prácticas 3	Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	9

105 Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 31.1	HORAS PRÁCTICAS 13.9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	31.1

Actividad Prácticas	Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	13.9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	13.9

Actividad Prácticas 3	Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A	Horas Impartidas
Docente	ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	13.9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente	IVAN MARCELINO GOMEZ GALLEGO	31.1

Actividad Prácticas	Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B	Horas Impartidas
Docente	IVAN MARCELINO GOMEZ GALLEGO	13.9

Actividad Prácticas 2

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
IVAN MARCELINO GOMEZ GALLEGO 13.9

Actividad Prácticas 3
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
IVAN MARCELINO GOMEZ GALLEGO 13.9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas
Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA 31.1

Actividad Prácticas
Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA 13.9

Actividad Prácticas 2
Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA 13.9

Actividad Prácticas 3
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA 13.9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas
Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA 31.1

Actividad Prácticas
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA 13.9

Actividad Prácticas 2
Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
IVAN MARCELINO GOMEZ GALLEGO 13.9

Actividad Prácticas 3
Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA 13.9

Segundo semestre

106 Alemán Aplicado al Turismo I

CARÁCTER Obligatoria
HORAS TEÓRICAS 36

DEPARTAMENTO FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS PRÁCTICAS 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
UWE MANFRED DAUM . 36

Actividad Prácticas
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**

UWE MANFRED DAUM .	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ROSARIO BAUTISTA ZAMBRANA	8
UWE MANFRED DAUM .	1
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ROSARIO BAUTISTA ZAMBRANA	1
UWE MANFRED DAUM .	8
GRUPO B	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	36
Actividad Prácticas	
Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
CHRISTINE ROSA WOLLSTADTER .	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA JOSE TORRES NAVARRO	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
CHRISTINE ROSA WOLLSTADTER .	9

107 Francés Aplicado al Turismo I

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
JOSE CRISTOBAL PEREZ HERNANDEZ	36
Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
JOSE CRISTOBAL PEREZ HERNANDEZ	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
MARIA BLANCA GOMEZ GARCIA DE SOLA	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
JOSE CRISTOBAL PEREZ HERNANDEZ	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	36

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO 9

108 Gestión del Patrimonio Cultural

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** HISTORIA DEL ARTE
HORAS TEÓRICAS 33.3 **HORAS PRÁCTICAS** 11.7 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 33.3

Actividad Prácticas
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA AURORA ARJONES FERNANDEZ 11.7

Actividad Prácticas 2
Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 11.7

Actividad Prácticas 3
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 11.7

GRUPO B

Actividad Clases teóricas
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 33.3

Actividad Prácticas
Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 11.7

Actividad Prácticas 2
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 11.7

Actividad Prácticas 3
Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA AURORA ARJONES FERNANDEZ 11.7

GRUPO C

Actividad Clases teóricas
Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B
Docente **Horas Impartidas**
 EDUARDO ASENJO RUBIO 33.3

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

GRUPO D

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A	
Docente MARIA AURORA ARJONES FERNANDEZ	Horas Impartidas 6
EVA MARIA RAMOS FREND	27.3

Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

Actividad Prácticas 3	
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	
Docente EVA MARIA RAMOS FREND	Horas Impartidas 11.7

109 Introducción a la Estadística

CARÁCTER Formación básica	DEPARTAMENTO ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68)
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9
TOTAL HORAS 45	

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A	
Docente MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	Horas Impartidas 36

Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A	
Docente MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A	
Docente MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A	
Docente MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	Horas Impartidas 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B	
Docente MARIA DOLORES SARRION GAVILAN	Horas Impartidas 36

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B

Docente

MARIA DOLORES SARRION GAVILAN

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B

Docente

MARIA DOLORES SARRION GAVILAN

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B

Docente

MARIA DOLORES SARRION GAVILAN

Horas Impartidas

9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B

Docente

MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ

Horas Impartidas

30

PERE MERCADE MELE

6

Actividad Prácticas

Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B

Docente

PERE MERCADE MELE

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B

Docente

PERE MERCADE MELE

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 3

Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B

Docente

PERE MERCADE MELE

Horas Impartidas

9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A

Docente

MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ

Horas Impartidas

36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A

Docente

MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A

Docente

MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A

Docente

PERE MERCADE MELE

Horas Impartidas

9

110 Introducción al Derecho

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIASTICO DEL ESTADO Y DERECHO ROMANO
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A

Docente

ANTONIO GALVEZ CRIADO

Horas Impartidas

36

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO GALVEZ CRIADO	36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO GALVEZ CRIADO	6

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
JOSE MANUEL DE TORRES PEREA	36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
JOSE MANUEL DE TORRES PEREA	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
JOSE MANUEL DE TORRES PEREA	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B

Docente	Horas Impartidas
JOSE MANUEL DE TORRES PEREA	9

GRUPO D

Actividad Clases teóricas

Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO JOSE QUESADA SANCHEZ	36

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO JOSE QUESADA SANCHEZ	6

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO JOSE QUESADA SANCHEZ	6

Actividad Prácticas 3	
Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
PAULA CASTAÑOS CASTRO	3
ANTONIO JOSE QUESADA SANCHEZ	6

111 Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	36

Actividad Prácticas	
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	36

Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	36

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	36
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	
Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22B	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	9
GRUPO D	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	36
Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.22A	
Docente	Horas Impartidas
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	9

SEGUNDO CURSO

Primer semestre

201 Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	36
Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas 3	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	36

Actividad Prácticas	
Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	36

Actividad Prácticas	
Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	9

202 Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos

CARÁCTER Formación básica	DEPARTAMENTO GEOGRAFÍA	
HORAS TEÓRICAS 33.3	HORAS PRÁCTICAS 11.7	TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA MARIA LUQUE GIL	33

Actividad Prácticas en aula informática	
Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 2	
Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 3

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	Horas Impartidas
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horas Impartidas
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	33

Actividad Prácticas en aula informática	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 2	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 3	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	33

Actividad Prácticas en aula informática	Horas Impartidas
Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 2	Horas Impartidas
Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

Actividad Prácticas en aula informática 3	Horas Impartidas
Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente ANA MARIA LUQUE GIL	12

203 Gestión de Bases de Datos del Turismo

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 31.1	HORAS PRÁCTICAS 13.9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horas Impartidas
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente ANDRES AGUAYO MALDONADO	31.1

Actividad Prácticas	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA DEL MAR ROLDAN GARCIA	13.9

Actividad Prácticas 2	Horas Impartidas
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente JOSE MANUEL GARCIA NIETO ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	12.9 1

Actividad Prácticas 3

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
JOSE MANUEL GARCIA NIETO	1
ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	12.9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
DANIEL GARRIDO MARQUEZ	31.1

Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
DANIEL GARRIDO MARQUEZ	13.9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
DANIEL GARRIDO MARQUEZ	13.9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
DANIEL GARRIDO MARQUEZ	13.9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	31.1

Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	13.9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	13.9

Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	13.9

204 Indicadores Económicos del Turismo

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO ANTUNEZ TORRES	36

Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO ANTUNEZ TORRES	9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO ANTUNEZ TORRES	9

Actividad Prácticas 3

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 20
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	16

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 4
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	5

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 4
LAURA MARIA MONICHE BERMEJO	5

Actividad Prácticas 3

Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente ANTONIO ANTUNEZ TORRES	Horas Impartidas 5
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	31

Actividad Prácticas

Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 3

Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	Horas Impartidas 9

205 Inglés Aplicado al Turismo II

CARÁCTER Obligatoria
HORAS TEÓRICAS 36

DEPARTAMENTO FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS PRÁCTICAS 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	Horas Impartidas 36

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	9
GRUPO B	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN RAMIREZ ARLANDI	36
Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN RAMIREZ ARLANDI	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN RAMIREZ ARLANDI	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN RAMIREZ ARLANDI	9
GRUPO C	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL ROMERO RUIZ	36
Actividad Prácticas	
Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL ROMERO RUIZ	9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL ROMERO RUIZ	9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL ROMERO RUIZ	9

Segundo semestre

206 Alemán Aplicado al Turismo II

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	36
Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	9

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2 Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A Docente INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3 Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A Docente MARIA JOSE TORRES NAVARRO	Horas Impartidas 9
GRUPO B	
Actividad Clases teóricas Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A Docente MARIA BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A Docente MARIA BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2 Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A Docente MARIA BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3 Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A Docente MARIA BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	Horas Impartidas 9

207 Derecho Mercantil de la Empresa Turística

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** DERECHO PRIVADO ESPECIAL
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A Docente PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A Docente PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2 Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A Docente PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3 Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A Docente PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	Horas Impartidas 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B Docente PATRICIA GUILLERMINA BENAVIDES VELASCO SILVIA COLL CARREÑO	Horas Impartidas 19 17
Actividad Prácticas Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B Docente PATRICIA GUILLERMINA BENAVIDES VELASCO SILVIA COLL CARREÑO	Horas Impartidas 5 4

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas 2

Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B

Docente

PATRICIA GUILLERMINA BENAVIDES VELASCO

Horas Impartidas

5

SILVIA COLL CARRENO

4

Actividad Prácticas 3

Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B

Docente

PATRICIA GUILLERMINA BENAVIDES VELASCO

Horas Impartidas

5

SILVIA COLL CARRENO

4

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A

Docente

ANA MARIA AVELLANEDA MARTINEZ

Horas Impartidas

23

PEDRO MORA LIMA

13

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A

Docente

PEDRO MORA LIMA

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A

Docente

ANA MARIA AVELLANEDA MARTINEZ

Horas Impartidas

8

PEDRO MORA LIMA

1

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A

Docente

ANA MARIA AVELLANEDA MARTINEZ

Horas Impartidas

9

208 Estructura Económica del Turismo

CARÁCTER Obligatoria

HORAS TEÓRICAS 36

DEPARTAMENTO ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

HORAS PRÁCTICAS 9

TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A

Docente

CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO

Horas Impartidas

36

Actividad Prácticas

Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A

Docente

CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A

Docente

CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 3

Horario: Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A

Docente

CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO

Horas Impartidas

9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B

Docente

JUAN ANIBAL NUÑEZ CARRASCO

Horas Impartidas

5

CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO

31

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN ANIBAL NUÑEZ CARRASCO	2
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	7

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN ANIBAL NUÑEZ CARRASCO	2
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	7

Actividad Prácticas 3

Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
JUAN ANIBAL NUÑEZ CARRASCO	2
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	7

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Vie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas
ANTONIO JOSE TURMO FERNANDEZ	9

209 Francés Aplicado al Turismo II

CARÁCTER Obligatoria
HORAS TEÓRICAS 36

DEPARTAMENTO FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS PRÁCTICAS 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	36

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	9

Actividad Prácticas 3

Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente	Horas Impartidas
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13B

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13B	
Docente ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13B	
Docente ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13B	
Docente ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	Horas Impartidas 9

210 Fundamentos de Marketing

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas	
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 3	
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	
Docente	Horas Impartidas

JESUS MOLINA GOMEZ 36

Actividad Prácticas
Horario: Mie. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 JESUS MOLINA GOMEZ 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Mie. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 JESUS MOLINA GOMEZ 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA JESUS CARRASCO SANTOS 9

211 Introducción a la Contabilidad

CARÁCTER Formación básica **DEPARTAMENTO** CONTABILIDAD Y GESTIÓN
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 ANGEL RAMON MORALES BAÑO 32.6
 JOAQUIN SANCHEZ TOLEDANO 3.4

Actividad Prácticas
Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 ANGEL RAMON MORALES BAÑO 8.2
 JOAQUIN SANCHEZ TOLEDANO 0.8

Actividad Prácticas 2
Horario: Jue. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 ANGEL RAMON MORALES BAÑO 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13A
Docente **Horas Impartidas**
 ANGEL RAMON MORALES BAÑO 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.13B
Docente **Horas Impartidas**
 LUIS CORTES FERNANDEZ
 ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ 36

Actividad Prácticas
Horario: Vie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.13B
Docente **Horas Impartidas**
 ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.13B
Docente **Horas Impartidas**
 ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ 9

Actividad Prácticas 3
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.13B
Docente **Horas Impartidas**
 ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ 9

GRUPO C

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Clases teóricas	Horario: Vie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.13A	Horas Impartidas
Docente		
LUIS CORTES FERNANDEZ		36
Actividad Prácticas	Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.13A	Horas Impartidas
Docente		
LUIS CORTES FERNANDEZ		9
Actividad Prácticas 2	Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.13A	Horas Impartidas
Docente		
LUIS CORTES FERNANDEZ		9
Actividad Prácticas 3	Horario: Lun. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.13A	Horas Impartidas
Docente		
LUIS CORTES FERNANDEZ		9

TERCER CURSO

Primer semestre

301 Análisis de Mercados Turísticos

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente		
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO		36
Actividad Prácticas en aula informática	Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente		
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO		9
Actividad Prácticas en aula informática 2	Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente		
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO		9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente		
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO		
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO		36
Actividad Prácticas en aula informática	Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente		
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO		9
Actividad Prácticas en aula informática 2	Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente		
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO		9

GRUPO C

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Clases teóricas

Horario: Vie. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	30
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	6

Actividad Prácticas en aula informática

Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	7
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	2

Actividad Prácticas en aula informática 2

Horario: Lun. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	7
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	2

302 Contabilidad de Empresas Turísticas

CARÁCTER Obligatoria
HORAS TEÓRICAS 36

DEPARTAMENTO FINANZAS Y CONTABILIDAD
HORAS PRÁCTICAS 9

TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	36

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9
MARIA ROCIO SANCHEZ TOLEDANO	27

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	36

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	9

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente RAFAEL BECERRA VICARIO	Horas Impartidas 9
--	------------------------------

303 Inglés Aplicado al Turismo III

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	
Docente MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	Horas Impartidas 36

Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	
Docente MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	
Docente MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	Horas Impartidas 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 36

Actividad Prácticas	
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Jue. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 36

Actividad Prácticas	
Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Vie. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	
Docente JUAN RAMIREZ ARLANDI	Horas Impartidas 9

304 Marketing Turístico

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	
Docente MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	Horas Impartidas 36

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas	Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	36

Actividad Prácticas	Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	Horario: Mie. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	GUILLERMO JOSE BERMUDEZ GONZALEZ	36

Actividad Prácticas	Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	GUILLERMO JOSE BERMUDEZ GONZALEZ	2
	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	7

Actividad Prácticas 2	Horario: Jue. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	9

305 Psicología Social del Turismo

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES
HORAS TEÓRICAS 33.3	HORAS PRÁCTICAS 11.7 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	33.3

Actividad Prácticas	Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	11.7

Actividad Prácticas 2	Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	11.7

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A
----------------------------------	---

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente MARIA ANGELES PELAEZ FERNANDEZ	Horas Impartidas 33.3
Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA ANGELES PELAEZ FERNANDEZ	Horas Impartidas 11.7
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA ANGELES PELAEZ FERNANDEZ	Horas Impartidas 11.7
GRUPO C	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	Horas Impartidas 33.3
Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	
Docente LUIS MIGUEL SANCHEZ RODRIGUEZ	Horas Impartidas 11.7
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	
Docente LUIS MIGUEL SANCHEZ RODRIGUEZ	Horas Impartidas 11.7

Segundo semestre

306 Derecho Administrativo Turístico

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** DERECHO PÚBLICO
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	
Docente ISABEL GONZALEZ RIOS	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	
Docente ISABEL GONZALEZ RIOS	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	
Docente ISABEL GONZALEZ RIOS	Horas Impartidas 9
GRUPO B	
Actividad Clases teóricas	
Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	Horas Impartidas 36
Actividad Prácticas	
Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	Horas Impartidas 9
Actividad Prácticas 2	
Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	Horas Impartidas 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	Horario: Jue. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	36
<hr/>		
Actividad Prácticas	Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	9
<hr/>		
Actividad Prácticas 2	Horario: Vie. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	9
<hr/>		

307 Difusión Turística del Patrimonio Cultural

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** HISTORIA DEL ARTE
HORAS TEÓRICAS 33.3 **HORAS PRÁCTICAS** 11.7 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	33.3
<hr/>		
Actividad Prácticas	Horario: Jue. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		
Actividad Prácticas 2	Horario: Jue. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	33.3
<hr/>		
Actividad Prácticas	Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		
Actividad Prácticas 2	Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	Horario: Vie. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	33.3
<hr/>		
Actividad Prácticas	Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		
Actividad Prácticas 2	Horario: Lun. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	11.7
<hr/>		

308 Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Jue. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 36

Actividad Prácticas
Horario: Vie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Vie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 36

Actividad Prácticas
Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 JOSEFA GARCIA MESTANZA 9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas
Horario: Lun. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA JOSE ANGULO GUERRERO 36

Actividad Prácticas
Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA JOSE ANGULO GUERRERO 9

Actividad Prácticas 2
Horario: Mar. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A
Docente **Horas Impartidas**
 MARIA JOSE ANGULO GUERRERO 9

309 Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 31.1 **HORAS PRÁCTICAS** 13.9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas
Horario: Vie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A
Docente **Horas Impartidas**
 ANDRES AGUAYO MALDONADO 31.1

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario: Lun. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	
Docente ANDRES AGUAYO MALDONADO	Horas Impartidas 13.9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	
Docente ANDRES AGUAYO MALDONADO	Horas Impartidas 13.9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA INMACULADA YAGUE VALLE	Horas Impartidas 31.1

Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	
Docente MARIA INMACULADA YAGUE VALLE	Horas Impartidas 13.9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	
Docente ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	Horas Impartidas 13.9

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	
Docente ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	Horas Impartidas 31.1

Actividad Prácticas	
Horario: Mie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	
Docente ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	Horas Impartidas 13.9

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mie. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	
Docente ROSA MARIA GUEREQUETA GARCIA	Horas Impartidas 13.9

310 Planificación Territorial y Turismo Sostenible

CARÁCTER Obligatoria	DEPARTAMENTO GEOGRAFÍA	
HORAS TEÓRICAS 33.3	HORAS PRÁCTICAS 11.7	TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	
Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.19A	
Docente PALOMA HUESO GONZALEZ	Horas Impartidas 32,9
ENRIQUE NAVARRO JURADO	0,1

Actividad Prácticas	
Horario: Mar. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.19A	
Docente PALOMA HUESO GONZALEZ	Horas Impartidas 11.9
ENRIQUE NAVARRO JURADO	0.1

Actividad Prácticas 2	
Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.19A	
Docente PALOMA HUESO GONZALEZ	Horas Impartidas 11.9
ENRIQUE NAVARRO JURADO	0.1

GRUPO B

Actividad Clases teóricas	
Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.18A	
Docente SUSANA ROSA NAVARRO RODRIGUEZ	Horas Impartidas 33

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Prácticas	Horario: Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	SUSANA ROSA NAVARRO RODRIGUEZ	12

Actividad Prácticas 2	Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	SUSANA ROSA NAVARRO RODRIGUEZ	12

GRUPO C

Actividad Clases teóricas	Horario: Mie. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	ENRIQUE NAVARRO JURADO	33

Actividad Prácticas	Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	ENRIQUE NAVARRO JURADO	12

Actividad Prácticas 2	Horario: Jue. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.18A	Horas Impartidas
Docente	ENRIQUE NAVARRO JURADO	12

CUARTO CURSO

Primer semestre

401 Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Lun. de 13:00 a 15:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	18
	JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	18

Actividad Prácticas	Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	4.5
	JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	4.5

Actividad Prácticas 2	Horario: Mar. de 14:00 a 15:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	4.5
	JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	4.5

402 Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO CONTABILIDAD Y GESTIÓN
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.17

Docente	Horas Impartidas
LUIS CORTES FERNANDEZ	13.7
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	22.3

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 11:00 a 12:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
LUIS CORTES FERNANDEZ	3.4
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	5.6

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 12:00 a 13:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
LUIS CORTES FERNANDEZ	3.4
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	5.6

403 Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos

CARÁCTER Optativa
HORAS TEÓRICAS 54

DEPARTAMENTO ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS PRÁCTICAS 13.5 **TOTAL HORAS** 67.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 15:00 a 17:00 Jue. de 18:00 a 19:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	54

Actividad Prácticas

Horario: Mie. de 15:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	13.5

Actividad Prácticas 2

Horario: Mie. de 19:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
ANA ISABEL GASPAS GONZALEZ	13.5

404 Gestión del Territorio en Destinos Turísticos

CARÁCTER Optativa
HORAS TEÓRICAS 50

DEPARTAMENTO GEOGRAFÍA
HORAS PRÁCTICAS 17.5 **TOTAL HORAS** 67.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	40

Actividad Prácticas de campo

Horario: Vie. de 09:00 a 11:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	2.5

Actividad Prácticas de campo 2

Horario: Vie. de 13:00 a 15:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	2.5

Actividad Prácticas en aula informática

Horario: Vie. de 09:00 a 11:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	15

Actividad Prácticas en aula informática 2

Horario: Vie. de 13:00 a 15:00 En Aula 1.15/1.16

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Docente FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	Horas Impartidas 15
--	-------------------------------

Actividad Seminarios

Horario: Lun. de 11:00 a 13:00 Mie. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.15/1.16

Docente FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	Horas Impartidas 10
--	-------------------------------

405 Historia Económica y Social del Turismo

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 19:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16

Docente CARMELO PELLEJERO MARTINEZ	Horas Impartidas 36
--	-------------------------------

Actividad Prácticas

Horario: Vie. de 15:00 a 16:00 En Aula 1.15/1.16

Docente CARMELO PELLEJERO MARTINEZ	Horas Impartidas 9
--	------------------------------

Actividad Prácticas 2

Horario: Vie. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16

Docente CARMELO PELLEJERO MARTINEZ	Horas Impartidas 9
--	------------------------------

406 Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 17:00 a 19:00 En Aula 1.15/1.16

Docente MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	Horas Impartidas 36
---	-------------------------------

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 15:00 a 16:00 En Aula 1.15/1.16

Docente MARISA CACCIA .	Horas Impartidas 9
-----------------------------------	------------------------------

Actividad Prácticas 2

Horario: Jue. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16

Docente MARISA CACCIA .	Horas Impartidas 9
-----------------------------------	------------------------------

407 Legislación Laboral en el Sector Turístico

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 09:00 a 11:00 En Aula 1.15/1.16

Docente JOSE MANUEL MORALES ORTEGA	Horas Impartidas 36
--	-------------------------------

Actividad Prácticas

Horario: Jue. de 11:00 a 12:00 En Aula 1.15/1.16

Docente JOSE MANUEL MORALES ORTEGA	Horas Impartidas 9
--	------------------------------

Actividad Prácticas 2		
Horario: Jue. de 12:00 a 13:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JOSE MANUEL MORALES ORTEGA		9

408 Marketing para Empresas y Productos Turísticos

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 54	HORAS PRÁCTICAS 13.5 TOTAL HORAS 67.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas		
Horario: Lun. de 17:00 a 19:00 Jue. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
FERNANDO LOPEZ VILASECO		54

Actividad Prácticas		
Horario: Mar. de 15:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
FERNANDO LOPEZ VILASECO		13.5

Actividad Prácticas 2		
Horario: Mar. de 19:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
FERNANDO LOPEZ VILASECO		13.5

409 Sociología del Turismo

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO DERECHO DEL ESTADO Y SOCIOLOGÍA
HORAS TEÓRICAS 36	HORAS PRÁCTICAS 9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas		
Horario: Lun. de 19:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JOAQUIN CASTILLO DE MESA		36

Actividad Prácticas		
Horario: Mar. de 17:00 a 18:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JOAQUIN CASTILLO DE MESA		9

Actividad Prácticas 2		
Horario: Mar. de 18:00 a 19:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JOAQUIN CASTILLO DE MESA		9

410 Tecnología de los Alimentos y Gastronomía

CARÁCTER Optativa	DEPARTAMENTO MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA E HISTORIA DE LA CIENCIA
HORAS TEÓRICAS 31.1	HORAS PRÁCTICAS 13.9 TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas		
Horario: Lun. de 09:00 a 11:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JORGE DANIEL GOMEZ ARACENA		21.1
MARIO GUTIERREZ BEDMAR		10

Actividad Prácticas		
Horario: Mie. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.15/1.16		
Docente		Horas Impartidas
JORGE DANIEL GOMEZ ARACENA		13.9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mie. de 14:00 a 15:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	JORGE DANIEL GOMEZ ARACENA	13.9

Actividad Prácticas 3	Horario: Mie. de 12:00 a 13:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	JORGE DANIEL GOMEZ ARACENA	13.9

411 Tecnologías Web Aplicadas al Turismo

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 46.6 **HORAS PRÁCTICAS** 20.9 **TOTAL HORAS** 67.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Mar. de 11:00 a 13:00 Mie. de 10:00 a 11:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	JOSE LUIS CARO HERRERO	46.6

Actividad Prácticas	Horario: Mie. de 11:00 a 13:00 En Aula 1.14 Aula de Informática	Horas Impartidas
Docente	JOSE LUIS CARO HERRERO	20.9

Actividad Prácticas 2	Horario: Jue. de 09:00 a 11:00 En Aula 1.14 Aula de Informática	Horas Impartidas
Docente	JOSE LUIS CARO HERRERO	20.9

Actividad Prácticas 3	Horario: Jue. de 13:00 a 15:00 En Aula 1.14 Aula de Informática	Horas Impartidas
Docente	JOSE LUIS CARO HERRERO	20.9

Segundo semestre

412 Creación de Empresas Turísticas

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 36 **HORAS PRÁCTICAS** 9 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas	Horario: Lun. de 10:00 a 12:00 Mie. de 10:30 a 12:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	RAFAEL VENTURA FERNANDEZ	36

Actividad Prácticas	Horario: Mar. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	RAFAEL VENTURA FERNANDEZ	9

Actividad Prácticas 2	Horario: Mar. de 12:00 a 13:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	RAFAEL VENTURA FERNANDEZ	9

Actividad Prácticas 3	Horario: Mar. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.15/1.16	Horas Impartidas
Docente	RAFAEL VENTURA FERNANDEZ	9

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 17:00 a 19:00 Mie. de 16:00 a 17:30 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL VENTURA FERNANDEZ

Horas Impartidas

36

Actividad Prácticas

Horario: Lun. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL VENTURA FERNANDEZ

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 2

Horario: Lun. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL VENTURA FERNANDEZ

Horas Impartidas

9

Actividad Prácticas 3

Horario: Lun. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL VENTURA FERNANDEZ

Horas Impartidas

9

413 Geografía Turística de Andalucía

CARÁCTER Obligatoria
HORAS TEÓRICAS 33.3

DEPARTAMENTO GEOGRAFÍA
HORAS PRÁCTICAS 11.7

TOTAL HORAS 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 10:00 a 12:00 Mie. de 09:00 a 10:30 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

8.3

25

Actividad Prácticas

Horario: Lun. de 09:00 a 10:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

2.9

8.8

Actividad Prácticas 2

Horario: Lun. de 12:00 a 13:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

2.9

8.8

Actividad Prácticas 3

Horario: Lun. de 13:00 a 14:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

2.9

8.8

GRUPO B

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 17:00 a 19:00 Mie. de 17:30 a 19:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

8.3

25

Actividad Prácticas

Horario: Mar. de 16:00 a 17:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

RAFAEL CORTES MACIAS

Horas Impartidas

2.9

8.8

Actividad Prácticas 2

Horario: Mar. de 19:00 a 20:00 En Aula 1.15/1.16

Docente

RAFAEL BLANCO SEPULVEDA

Horas Impartidas

2.9

RAFAEL CORTES MACIAS 8.8

Actividad Prácticas 3

Horario: Mar. de 20:00 a 21:00 En Aula 1.15/1.16

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BLANCO SEPULVEDA	2.9
RAFAEL CORTES MACIAS	8.8

414 Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas

CARÁCTER Prácticas externas	DEPARTAMENTO	
	CONTABILIDAD Y GESTIÓN - DERECHO PRIVADO ESPECIAL - ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) - ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA - FINANZAS Y CONTABILIDAD - GEOGRAFÍA - HISTORIA DEL ARTE - LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN - PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES	
HORAS TEÓRICAS 0	HORAS PRÁCTICAS 120	TOTAL HORAS 120

GRUPO A

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	20

GRUPO B

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	20

GRUPO C

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL CORTES MACIAS	20

GRUPO D

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
MARGARITA BRAVO SANZ	20

GRUPO E

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
MARIA DEL PILAR ALARCON URBISTONDO	20

GRUPO F

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
RAFAEL BECERRA VICARIO	20

GRUPO G

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	20

GRUPO H

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	20

GRUPO I

Actividad Prácticas

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012/2013

Horario:		
Docente		Horas Impartidas
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO		20

GRUPO J

Actividad Prácticas

Horario:		
Docente		Horas Impartidas
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ		20

GRUPO K

Actividad Prácticas

Horario:		
Docente		Horas Impartidas
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO		20

GRUPO L

Actividad Prácticas

Horario:		
Docente		Horas Impartidas
MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO		20

GRUPO M

Actividad Prácticas

Horario:		
Docente		Horas Impartidas
MANUEL NICOLAS ENCISO GARCIA-OLIVEROS		5
ELOY PEÑA RAMOS		15

Facultad de Turismo

Máster en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

PRIMER CURSO

Primer semestre

101 ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS ESCENARIOS

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)
HORAS TEÓRICAS 45 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 16:30 a 17:30 Jue. de 17:30 a 18:30 En Aula 1.17 Mar. de 18:30 a 20:30 En Aula 1.17

Docente **Horas Impartidas**
 JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO 45

102 HABILIDADES DIRECTIVAS

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL,
 HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5
 TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 19:30 a 20:30 Mie. de 20:30 a 21:00 En Aula 1.17

Docente **Horas Impartidas**
 MARGARITA BRAVO SANZ 22.5

103 MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA)
 HORAS TEÓRICAS 67.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 67.5
 (Dep. 68)

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie.,Jue. de 18:30 a 19:30 Jue. de 19:30 a 20:30 En Aula 1.17

Docente **Horas Impartidas**
 ANTONIO FERNANDEZ MORALES 14
 FERNANDO ISLA CASTILLO 16.9
 MARIA DOLORES SARRION GAVILAN 19.8
 FRANCISCO TRUJILLO ARANDA 16.9

104 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** GEOGRAFÍA
HORAS TEÓRICAS 45 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 18:30 a 19:30 Lun. de 19:30 a 20:30 Mar. de 16:30 a 17:30 Mar. de 17:30 a 18:30 En Aula 1.17

Docente **Horas Impartidas**
 FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA 7.5
 MARIA CARMEN CARVAJAL GUTIERREZ 7.5
 ENRIQUE NAVARRO JURADO 30

105 TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM

CARÁCTER Obligatoria **DEPARTAMENTO** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 45 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 16:30 a 18:30 En Aula 1.17 Mie. de 16:30 a 18:30 En Aula 1.17

Docente

ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA

Horas Impartidas

30

Actividad Seminarios

Horario: Lun. de 16:30 a 18:30 En Aula 1.17 Mie. de 16:30 a 18:30 En Aula 1.17

Docente

JOSE LUIS CARO HERRERO

Horas Impartidas

15

Segundo semestre

106 CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013) Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.17
 (22/04/2013 al 24/05/2013)

Docente

BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ

Horas Impartidas

15

Actividad Seminarios

Horario: Jue. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013) Mie. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.17
 (22/04/2013 al 24/05/2013)

Docente

BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ

Horas Impartidas

7.5

107 DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013) Lun. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17
 (22/04/2013 al 24/05/2013)

Docente

INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO

Horas Impartidas

11.5

JOSE RODRIGUEZ RODRIGUEZ

11

108 EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.17 (04/02/2013 al 08/03/2013) Mie. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17
 (04/02/2013 al 08/03/2013)

Docente

MARIA DEL PILAR ALARCON URBISTONDO

Horas Impartidas

22.5

114 HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** GEOGRAFÍA
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mar. de 18:00 a 20:00 Mie. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (11/03/2013 al 19/04/2013)

Docente	Horas Impartidas
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	15
RAFAEL CORTES MACIAS	7.5

115 METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) -
 ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS -
 GEOGRAFÍA - LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA
 COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 45 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 45

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (04/02/2013 al 08/03/2013) Lun. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17
 (04/02/2013 al 08/03/2013) Lun.,Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013)
 Lun.,Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (11/03/2013 al 19/04/2013)

Docente	Horas Impartidas
BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ	5.6
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	11.2
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	11.2
ENRIQUE NAVARRO JURADO	11.2
ANTONIO PELAEZ VERDET	0.6

Actividad Seminarios

Horario: Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (04/02/2013 al 08/03/2013) Lun. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17
 (04/02/2013 al 08/03/2013) Lun.,Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013)
 Lun.,Mie. de 20:00 a 21:30 En Aula 1.17 (11/03/2013 al 19/04/2013)

Docente	Horas Impartidas
ANTONIO PELAEZ VERDET	5

116 PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

CARÁCTER Prácticas externas **DEPARTAMENTO** CONTABILIDAD Y GESTIÓN - ECONOMÍA APLICADA
 (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68) - ECONOMÍA
 APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) - ECONOMÍA Y
 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - GEOGRAFÍA -
 HISTORIA DEL ARTE - LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA
 COMPUTACIÓN - PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA
 SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES
HORAS TEÓRICAS 0 **HORAS PRÁCTICAS** 60 **TOTAL HORAS** 60

GRUPO A

Actividad Prácticas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
MARIA DEL PILAR ALARCON URBISTONDO	2.6
EDUARDO ASENJO RUBIO	2.6
MARGARITA BRAVO SANZ	2.6
RAFAEL CORTES MACIAS	2.6
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	1.3
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	2.6
ANA MARIA LUQUE GIL	2.6
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	2.6
ANGEL RAMON MORALES BAÑO	2.6
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	1.3
FRANCISCO TRUJILLO ARANDA	2.6

117 SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** GEOGRAFÍA
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Jue. de 18:00 a 20:00 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013) Mie. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (22/04/2013 al 24/05/2013)

Docente	Horas Impartidas
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	22.5

118 TICS APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

CARÁCTER Optativa **DEPARTAMENTO** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN
HORAS TEÓRICAS 22.5 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 22.5

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 Mar. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (11/03/2013 al 19/04/2013)

Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS CARO HERRERO	17.5

Actividad Seminarios

Horario: Lun. de 18:00 a 20:00 Mar. de 16:00 a 18:00 En Aula 1.17 (11/03/2013 al 19/04/2013)

Docente	Horas Impartidas
JOSE LUIS CARO HERRERO	5

119 TRABAJO FIN DE MÁSTER

CARÁCTER Trabajo fin de estudios **DEPARTAMENTO** CONTABILIDAD Y GESTIÓN - ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68) - ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA) - ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - FINANZAS Y CONTABILIDAD - GEOGRAFÍA - HISTORIA DEL ARTE - LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN - PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES

HORAS TEÓRICAS 10 **HORAS PRÁCTICAS** 0 **TOTAL HORAS** 10

GRUPO A

Actividad Clases teóricas

Horario:

Docente	Horas Impartidas
MARIA DEL PILAR ALARCON URBISTONDO	15
BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ	30
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	0.2
EDUARDO ASENJO RUBIO	10
RAFAEL BECERRA VICARIO	10
MARGARITA BRAVO SANZ	1
JOSE LUIS CARO HERRERO	0.5
MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	5
MARIA CARMEN CARVAJAL GUTIERREZ	0.5
RAFAEL CORTES MACIAS	0.5
ANTONIO FERNANDEZ MORALES	0.2
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	0.2
ALEJANDRO FRANCISCO GARCIA POZO	5
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	5
FERNANDO ISLA CASTILLO	0.2
ANA MARIA LUQUE GIL	0.2
INMACULADA CONCEPCION MARTIN ROJO	0.5
ANGEL RAMON MORALES BAÑO	0.5
ENRIQUE NAVARRO JURADO	0.2
ANTONIO PELAEZ VERDET	0.5
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	5

MARIA DOLORES SARRION GAVILAN
FRANCISCO TRUJILLO ARANDA

0.2
0.2

HORARIOS DE CLASE

GRADUADO EN TURISMO

(PRIMER, SEGUNDO, TERCERO Y CUARTO CURSO)

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO A Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Organización y gestión de empresas (104) A3	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A2	Inglés aplicado al turismo I (102) A1	Introducción a la economía (103) A3	Geografía general y regional del turismo (101) A2
10:00-11:00	Organización y gestión de empresas (104) A1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A3	Inglés aplicado al turismo I (102) A2	Introducción a la economía (103) A1	Geografía general y regional del turismo (101) A3
11:00-13:00	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A	Inglés aplicado al turismo I (102) A	Introducción a la economía (103) A	Geografía general y regional del turismo (101) A	Organización y gestión de empresas (104) A
13:00-14:00	Organización y gestión de empresas (104) A2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A1	Inglés aplicado al turismo I (102) A3	Introducción a la economía (103) A2	Geografía general y regional del turismo (101) A1

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO B Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Geografía general y regional del turismo (101) B3	Organización y gestión de empresas (104) B2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B1	Inglés aplicado al turismo I (102) B3	Introducción a la economía (103) B2
10:00-11:00	Geografía general y regional del turismo (101) B1	Organización y gestión de empresas (104) B3	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B2	Inglés aplicado al turismo I (102) B1	Introducción a la economía (103) B3
11:00-13:00	Organización y gestión de empresas (104) B	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B	Inglés aplicado al turismo I (102) B	Introducción a la economía (103) B	Geografía general y regional del turismo (101) B
13:00-14:00	Geografía general y regional del turismo (101) B2	Organización y gestión de empresas (104) B1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B3	Inglés aplicado al turismo I (102) B2	Introducción a la economía (103) B1

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2, B3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso/ 1^{er} Semestre

GRUPO C Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Organización y gestión de empresas (104) C3	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C2	Inglés aplicado al turismo I (102) C1	Introducción a la economía (103) C3	Geografía general y regional del turismo (101) C2
17:00-18:00	Organización y gestión de empresas (104) C1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C3	Inglés aplicado al turismo I (102) C2	Introducción a la economía (103) C1	Geografía general y regional del turismo (101) C3
18:00-20:00	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C	Inglés aplicado al turismo I (102) C	Introducción a la economía (103) C	Geografía general y regional del turismo (101) C	Organización y gestión de empresas (104) C
20:00-21:00	Organización y gestión de empresas (104) C2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C1	Inglés aplicado al turismo I (102) C3	Introducción a la economía (103) C2	Geografía general y regional del turismo (101) C1

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2, C3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **17:00 A 18:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO D Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Geografía general y regional del turismo (101) D3	Organización y gestión de empresas (104) D2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D1	Inglés aplicado al turismo I (102) D3	Introducción a la economía (103) D2
17:00-18:00	Geografía general y regional del turismo (101) D1	Organización y gestión de empresas (104) D3	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D2	Inglés aplicado al turismo I (102) D1	Introducción a la economía (103) D3
18:00-20:00	Organización y gestión de empresas (104) D	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D	Inglés aplicado al turismo I (102) D	Introducción a la economía (103) D	Geografía general y regional del turismo (101) D
20:00-21:00	Geografía general y regional del turismo (101) D2	Organización y gestión de empresas (104) D1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D3	Inglés aplicado al turismo I (102) D2	Introducción a la economía (103) D1

- **GRUPO D** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO D1, D2, D3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **17:00 A 18:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (D) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre

GRUPO A Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Indicadores económicos del turismo (204) A3	Inglés aplicado al turismo II (205) A2	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A3	Gestión de bases de datos del turismo (203) A2
10:00-11:00	Indicadores económicos del turismo (204) A1	Inglés aplicado al turismo II (205) A3	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A1	Gestión de bases de datos del turismo (203) A3
11:00-13:00	Inglés aplicado al turismo II (205) A	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A	Gestión de bases de datos del turismo (203) A	Indicadores económicos del turismo (204) A
13:00-14:00	Indicadores económicos del turismo (204) A2	Inglés aplicado al turismo II (205) A1	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A3	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A2	Gestión de bases de datos del turismo (203) A1

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre

GRUPO B Aula 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Gestión de bases de datos del turismo (204) B3	Indicadores económicos del turismo (204) B2	Inglés aplicado al turismo II (205) B1	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B3	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B2
10:00-11:00	Gestión de bases de datos del turismo (204) B1	Indicadores económicos del turismo (204) B3	Inglés aplicado al turismo II (205) B2	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B3
11:00-13:00	Indicadores económicos del turismo (204) B	Inglés aplicado al turismo II (205) B	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B	Gestión de bases de datos del turismo (203) B
13:00-14:00	Gestión de bases de datos del turismo (204) B2	Indicadores económicos del turismo (204) B1	Inglés aplicado al turismo II (205) B3	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B1

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2, B3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO

2º Curso /1º Semestre

GRUPO C Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C3	Gestión de bases de datos del turismo (204) C2	Indicadores económicos del turismo (204) C1	Inglés aplicado al turismo II (205) C3	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C2
17:00-18:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C1	Gestión de bases de datos del turismo (204) C3	Indicadores económicos del turismo (204) C2	Inglés aplicado al turismo II (205) C1	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C3
18:00-20:00	Gestión de bases de datos del turismo (204) C	Indicadores económicos del turismo (204) C	Inglés aplicado al turismo II (205) C	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C
20:00-21:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C2	Gestión de bases de datos del turismo (204) C1	Indicadores económicos del turismo (204) C3	Inglés aplicado al turismo II (205) C2	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C1

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2, C3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **17:00 A 18:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /1º Semestre

GRUPO A Aula 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Psicología social del turismo (305) A1	Marketing turístico (304) A1	Inglés aplicado al turismo III (303) A1	Análisis de los mercados turísticos (301) A1	Contabilidad de empresas turísticas (302) A1
11:00-13:00	Marketing turístico (304) A	Inglés aplicado al turismo III (303) A	Análisis de los mercados turísticos (301) A	Contabilidad de empresas turísticas (302) A	Psicología social del turismo (305) A
13:00-14:00	Psicología social del turismo (305) A2	Marketing turístico (304) A2	Inglés aplicado al turismo III (303) A2	Análisis de los mercados turísticos (301) A2	Contabilidad de empresas turísticas (302) A2

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS A1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /1º Semestre

GRUPO B Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Inglés aplicado al turismo III (303) B1	Psicología social del turismo (305) B1	Marketing turístico (304) B1	Contabilidad de empresas turísticas (302) B1	Análisis de los mercados turísticos (301) B1
11:00-13:00	Psicología social del turismo (305) B	Marketing turístico (304) B	Contabilidad de empresas turísticas (302) B	Análisis de los mercados turísticos (301) B	Inglés aplicado al turismo III (303) B
13:00-14:00	Inglés aplicado al turismo III (303) B2	Psicología social del turismo (305) B2	Marketing turístico (304) B2	Contabilidad de empresas turísticas (302) B2	Análisis de los mercados turísticos (301) B2

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS B1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**

GRADUADO EN TURISMO

3º Curso /1º Semestre

GRUPO C Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	Análisis de los mercados turísticos (301) C1	Contabilidad de empresas turísticas (302) C1	Psicología social del turismo (305) C1	Marketing turístico (304) C1	Inglés aplicado al turismo III (303) C1
17:00- 19:00	Contabilidad de empresas turísticas (302) C	Psicología social del turismo (305) C	Marketing turístico (304) C	Inglés aplicado al turismo III (303) C	Análisis de los mercados turísticos (301) C
19:00- 20:00	Análisis de los mercados turísticos (301) C2	Contabilidad de empresas turísticas (302) C2	Psicología social del turismo (305) C2	Marketing turístico (304) C2	Inglés aplicado al turismo III (303) C2

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS C1** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

GRADUADO EN TURISMO

4º Curso /1º Semestre

GRUPO A Aula 1.15- 1.16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A	Legislación laboral en el sector turístico (407) A	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A2	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A1
10:00- 11:00			Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A		
11:00- 12:00	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A/ Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A1	Legislación laboral en el sector turístico (407) A1	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A1
12:00- 13:00			Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) /Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A1/ Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A3		
13:00- 14:00	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A1	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A1	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A3	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A2
14:00- 15:00		Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A2	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A2		

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS A1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**
- **LA CLASE DE LOS MIÉRCOLES DE LA ASIGNATURA CONTABILIDAD DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS SE IMPARTIRÁ EN EL AULA 1.17.**
- **LA CLASE DE LOS MIÉRCOLES DE LA ASIGNATURA TECNOLOGÍAS WEB APLICADAS AL TURISMO SE IMPARTIRÁ EN EL AULA 1.14.**

GRADUADO EN TURISMO 4º Curso /1º Semestre

GRUPO A Aula 1.15- 1.16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
15:00- 17:00	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A1	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A1	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A1	Historia económica y social del turismo (405) A1
				Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A2	Historia económica y social del turismo (405) A2
17:00- 19:00	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A	Sociología del turismo (409) A1	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A	
		Sociología del turismo (409) A2		Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A	
19:00- 21:00	Sociología del turismo (409) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A2	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A2	Historia económica y social del turismo (405) A	

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS A1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**

GRADUADO EN TURISMO **1^{er} Curso /2º Semestre**

GRUPO A Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00	Gestión del patrimonio cultural (108) A2	Introducción a la estadística (109) A1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A3 /Francés aplicado al turismo I (107) A3	Introducción al derecho (110) A2	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A1
10:00- 11:00	Gestión del patrimonio cultural (108) A3	Introducción a la estadística (109) A2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A1 /Francés aplicado al turismo I (107) A1	Introducción al derecho (110) A3	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A2
11:00- 13:00	Introducción a la estadística (109) A	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A /Francés aplicado al turismo I (107) A	Introducción al derecho (110) A	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A	Gestión del patrimonio cultural (108) A
13:00- 14:00	Gestión del patrimonio cultural (108) A1	Introducción a la estadística (109) A3	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A2 /Francés aplicado al turismo I (107) A2	Introducción al derecho (110) A1	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A3

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**
- **LA ASIGNATURA ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I, SE IMPARTE EN EL AULA 1.22A**
- **LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.22B.**

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso /2º Semestre

GRUPO B Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B2	Gestión del patrimonio cultural (108) B1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A3/Francés aplicado al turismo I (107) A3	Introducción a la estadística (109) B2	Introducción al derecho (110) B1
10:00-11:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B3	Gestión del patrimonio cultural (108) B2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A1 /Francés aplicado al turismo I (107) A1	Introducción a la estadística (109) B3	Introducción al derecho (110) B2
11:00-13:00	Gestión del patrimonio cultural (108) B	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A /Francés aplicado al turismo I (107) A	Introducción a la estadística (109) B	Introducción al derecho (110) B	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B
13:00-14:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B1	Gestión del patrimonio cultural (108) B3	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A2 /Francés aplicado al turismo I (107) A2	Introducción a la estadística (109) B1	Introducción al derecho (110) B3

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2, B3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**
- **LA ASIGNATURA ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I, SE IMPARTE EN EL AULA 1.22A**
- **LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.22B.**

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso /2º Semestre

GRUPO C Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C2	Gestión del patrimonio cultural (108) C1	Introducción a la estadística (109) C3	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2	Introducción al derecho (110) C1
17:00- 18:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C3	Gestión del patrimonio cultural (108) C2	Introducción a la estadística (109) C1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B3 /Francés aplicado al turismo I (107) B3	Introducción al derecho (110) C2
18:00- 20:00	Gestión del patrimonio cultural (108) C	Introducción a la estadística (109) C	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B /Francés aplicado al turismo I (107) B	Introducción al derecho (110) C	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C
20:00- 21:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C1	Gestión del patrimonio cultural (108) C3	Introducción a la estadística (109) C2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B1 /Francés aplicado al turismo I (107) B1	Introducción al derecho (110) C3

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2, C3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **17:00 A 18:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.
- LA ASIGNATURA **ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I**, SE IMPARTE EN EL **AULA 1.22A**.
- LA ASIGNATURA **FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.22B**.

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO D Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	Introducción al derecho (110) D2	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D1	Gestión del patrimonio cultural (108) D3	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2	Introducción a la estadística (109) D1
17:00- 18:00	Introducción al derecho (110) D3	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D2	Gestión del patrimonio cultural (108) D1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B3 /Francés aplicado al turismo I (107) B3	Introducción a la estadística (109) D2
18:00- 20:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D	Gestión del patrimonio cultural (108) D	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B /Francés aplicado al turismo I (107) B	Introducción a la estadística (109) D	Introducción al derecho (110) D
20:00- 21:00	Introducción al derecho (110) D1	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D3	Gestión del patrimonio cultural (108) D2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B1 /Francés aplicado al turismo I (107) B1	Introducción a la estadística (109) D3

- **GRUPO D** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO D1, D2, D3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **17:00 A 18:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (D) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.
- LA ASIGNATURA **ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.22A**.
- LA ASIGNATURA **FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.22B**.

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /2º Semestre

GRUPO A Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A1 /Francés aplicado al turismo II (209) A1	Estructura económica del turismo (208) A3	Introducción a la contabilidad (211) A2	Fundamentos de marketing (210) A1
10:00- 11:00	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A3	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A2 /Francés aplicado al turismo II (209) A2	Estructura económica del turismo (208) A1	Introducción a la contabilidad (211) A3	Fundamentos de marketing (210) A2
11:00- 13:00	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A /Francés aplicado al turismo II (209) A	Estructura económica del turismo (208) A	Introducción a la contabilidad (211) A	Fundamentos de marketing (210) A	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A
13:00- 14:00	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A3 /Francés aplicado al turismo II (209) A3	Estructura económica del turismo (208) A2	Introducción a la contabilidad (211) A1	Fundamentos de marketing (210) A3

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 10:00 A 11:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**
- **LA ASIGNATURA ALEMÁN APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13A.**
- **LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13B.**

GRADUADO EN TURISMO

2º Curso /2º Semestre

GRUPO B Aula 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00	Fundamentos de marketing (210) B2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A1 /Francés aplicado al turismo II (209) A1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B3	Estructura económica del turismo (208) B2	Introducción a la contabilidad (211) B1
10:00- 11:00	Fundamentos de marketing (210) B3	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A2 /Francés aplicado al turismo II (209) A2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B1	Estructura económica del turismo (208) B3	Introducción a la contabilidad (211) B2
11:00- 13:00	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A /Francés aplicado al turismo II (209) A	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B	Estructura económica del turismo (208) B	Introducción a la contabilidad (211) B	Fundamentos del marketing (210) B
13:00- 14:00	Fundamentos de marketing (210) B1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A3 /Francés aplicado al turismo II (209) A3	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B2	Estructura económica del turismo (208) B1	Introducción a la contabilidad (211) B3

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO B1, B2, B3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS** DE LA FRANJA HORARIA **10:00 A 11:00** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.
- LA ASIGNATURA **ALEMÁN APLICADO AL TURISMO II** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.13A**
- LA ASIGNATURA **FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.13B**.

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /2º Semestre

GRUPO C Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Introducción a la contabilidad (211) C2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B1 /Francés aplicado al turismo II (209) B1	Fundamentos de marketing (210) C3	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C2	Estructura económica del turismo (208) C1
17:00-18:00	Introducción a la contabilidad (211) C3	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B2 /Francés aplicado al turismo II (209) B2	Fundamentos de marketing (210) C1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C3	Estructura económica del turismo (208) C2
18:00-20:00	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B /Francés aplicado al turismo II (209) B	Fundamentos de marketing (210) C	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C	Estructura económica del turismo (208) C	Introducción a la contabilidad (211) C
20:00-21:00	Introducción a la contabilidad (211) C1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B3 /Francés aplicado al turismo II (209) B3	Fundamentos de marketing (210) C2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C1	Estructura económica del turismo (208) C3

- **GRUPO C SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO C1, C2, C3 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS DE LA FRANJA HORARIA 17:00 A 18:00 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**
- **LA ASIGNATURA ALEMÁN APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13A**
- **LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13B.**

GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /2º Semestre

GRUPO A Aula 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A1	Derecho administrativo turístico (306) A1	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A1	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A1
11:00-13:00	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A	Derecho administrativo turístico (306) A	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A
13:00-14:00	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A2	Derecho administrativo turístico (306) A2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A2	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A2

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS A1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (A) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**

GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /2º Semestre

GRUPO B Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B1	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) B1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B1	Derecho administrativo turístico (306) B1	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B1
11:00-13:00	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) B	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B	Derecho administrativo turístico (306) B	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B
13:00-14:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B2	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) B2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B2	Derecho administrativo turístico (306) B2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B2

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS B1 ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (B) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.**

GRADUADO EN TURISMO

3º Curso /2º Semestre

GRUPO C Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C1	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) C1	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) C1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) C1	Derecho administrativo turístico (306) C1
17:00- 19:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) C	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) C	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A	Derecho administrativo turístico (306) C	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C
19:00- 20:00	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C2	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) C2	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) C2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) C2	Derecho administrativo turístico (306) C2

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **LOS GRUPOS REDUCIDOS C1** ACTUARÁN COMO GRUPO GRANDE (C) EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

GRADUADO EN TURISMO

4º Curso / 2º Semestre

GRUPO A Aula 1.15/1.16	Lunes	Martes	Miércoles
9:00-10:00	Geografía turística de Andalucía A1	Creación de empresas turísticas A1	* Geografía turística de Andalucía A (1,5 9:00-10:30) o A1 (9:00 a 10:00)
10:00-12:00	Creación de empresas turísticas A	Geografía turística de Andalucía A	Creación de empresas Turísticas A (1,5 10:30 – 12:00)
12:00-13:00	Geografía turística de Andalucía A2	Creación de empresas turísticas A2	* Geografía turística de Andalucía A2
13:00-14:00	Geografía turística de Andalucía A3	Creación de empresas turísticas A3	* Geografía turística de Andalucía A3

- **GRUPO A** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LOS MIÉRCOLES Y DURANTE DOS SEMANAS PARA LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.
- **GRUPO A1, A2, A3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- * **LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA** SE IMPARTIRÁ LOS **MIÉRCOLES**, COMO **GRUPOS REDUCIDOS A1, A2 y A3** CON UNA HORA DE DURACIÓN, SÓLO DURANTE DOS SEMANAS SEGÚN CRONOGRAMA.

GRADUADO EN TURISMO

4º Curso / 2º Semestre

GRUPO B Aula 1.15/1.16	Lunes	Martes	Miércoles
16:00-17:00	Creación de empresas turísticas B1	Geografía turística de Andalucía B1	Creación de empresas Turísticas B (1,5h: 16:00 – 17:30)
17:00-19:00	Geografía turística de Andalucía B	Creación de empresas turísticas B	* Geografía turística de Andalucía B (1,5h 17:30 – 19:00) o B1 (17:30 a 18:30)
19:00-20:00	Creación de empresas turísticas B2	Geografía turística de Andalucía B2	* Geografía turística de Andalucía B2
20:00-21:00	Creación de empresas turísticas B3	Geografía turística de Andalucía B3	* Geografía turística de Andalucía B3

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LOS MIÉRCOLES Y DURANTE DOS SEMANAS PARA LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.
- **GRUPO B1, B2, B3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- * **LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA** SE IMPARTIRÁ LOS **MIÉRCOLES**, COMO **GRUPOS REDUCIDOS B1, B2 y B3** CON UNA HORA DE DURACIÓN, SÓLO DURANTE DOS SEMANAS SEGÚN CRONOGRAMA.

HORARIOS DE CLASE

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2012/2013

PRIMER CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 22 de octubre de 2012 al 18 de enero de 2013

PERIODO DE EXÁMENES: del 21 de enero al 2 de febrero de 2013

Leyenda:

NEGRO: Asignaturas obligatorias

ROJO: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Dirección de empresa turísticas

VERDE: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos

AZUL: Asignatura obligatoria para perfil investigador

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
16,30 h. – 17,30 h.	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Planificación y Gestión Territorial Turística	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
17,30 h. – 18,30 h.	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Planificación y Gestión Territorial Turística	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	
18,30h. – 19,30 h.	Planificación y Gestión Territorial Turística	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
19,30h. – 20,30 h.	Planificación y Gestión Territorial Turística	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	Habilidades Directivas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
20,30 h. - 21:00 h.			Habilidades Directivas		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012-2013

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 04 de febrero de 2013 al 24 de mayo 2013

PERIODO DE EXÁMENES: del 30 de mayo al 9 de julio de 2013

Leyenda:

NEGRO: Asignaturas obligatorias

ROJO: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Dirección de empresa turísticas

VERDE: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos

AZUL: Asignatura obligatoria para perfil investigador

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
04/02/2013 al 08/03/2013	16,00 h. – 17,00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	
	18,00h. – 19,00 h.	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	21,00h - 21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012-2013

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 04 de febrero de 2013 al 24 de mayo 2013

PERIODO DE EXÁMENES: del 30 de mayo al 9 de julio de 2013

Leyenda:

NEGRO: Asignaturas obligatorias

ROJO: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Dirección de empresa turísticas

VERDE: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos

AZUL: Asignatura obligatoria para perfil investigador

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
11/03/2013 al 19/04/2013	16,00 h. – 17,00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	
	18,00h. – 19,00 h.	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	21,00h - 21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2012-2013

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 04 de febrero de 2013 al 24 de mayo 2013

PERIODO DE EXÁMENES: del 30 de mayo al 9 de julio de 2013

Leyenda:

NEGRO: Asignaturas obligatorias

ROJO: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Dirección de empresa turísticas

VERDE: Asignaturas del módulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos

AZUL: Asignatura obligatoria para perfil investigador

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
22/04/2013 al 24/05/2013	16,00 h. – 17,00 h.	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	Creación y comercialización de productos turísticos	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	Creación y comercialización de productos turísticos	
	18,00h. – 19,00 h.	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Creación y comercialización de productos turísticos	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Creación y comercialización de productos turísticos	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		
	21,00h -21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

NOTA: La organización de la docencia de las asignaturas *Prácticas en empresas y organizaciones turísticas* y *Trabajo fin de Máster* se llevará a cabo por la Facultad de Turismo.

CALENDARIO DE EXÁMENES

CALENDARIO DE EXÁMENES

DIPLOMADO EN TURISMO

FEBRERO

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES ASIGNATURAS ANUALES Y DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE

1 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
102 Francés I	31 enero	18:00	1.13 A
103 Alemán I	31 enero	16:00	1.13 A
110 Sistemas informáticos aplicados al turismo	1 febrero	9:00	1.13 A
106 Contabilidad	5 febrero	16:00	1.13 A
101 Inglés I	6 febrero	9:00	1.13 A
104 Introducción al derecho civil	12 febrero	16:00	1.13 A

2 ^º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
208 Estructura económica del sector turístico	6 febrero	16:00	1.13 A
204 Recursos territoriales turísticos	7 febrero	9:00	1.13 A
806 Legislación laboral en el sector turístico	7 febrero	12:00	1.13 A
811 Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces	12 febrero	12:00	1.13 A
202 Organización y gestión de empresas	14 febrero	9:00	1.13 A
207 Fundamentos de marketing	14 febrero	12:00	1.13 A

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
306 Sociología del turismo	4 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
817 Tecnología de la información turística	5 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	7 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
301 Operaciones y procesos de producción	8 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
307 Administración RRHH en el sector turístico	12 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
814 Técnica de la op. Fra aplicada al turismo	13 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
303 * Prácticas de Turismo	15 de febrero	Último día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	
304 Derecho administrativo turístico	30 de enero	18:00	1.22 A + 1.22 B

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **30 de enero hasta el 15 de febrero.**

FEBRERO

PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS DEL PRIMER CUATRIMESTRE

1^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
108 Estadística básica	13 febrero	16:00	1.13 A

2^O CURSO	DÍA	HORA	AULAS
808 Inglés II	31 enero	9:00	1.13 A
201 Derecho privado de la empresa turística	1 febrero	16:00	1.13 A
205 Patrimonio cultural	8 febrero	16:00	1.13 A
206 Contabilidad financiera de empresas turísticas	13 febrero	9:00	1.13 A
203 Estructura de mercados	15 febrero	9:00	1.13 A

3^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
812 Geografía turística de Andalucía	1 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
816 Régimen fiscal del turismo	6 de febrero	18:00	1.22 A
305 Psicología social del turismo	11 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
302 Marketing turístico	14 de febrero	18:00	1.22 A + 1.22 B
813 Técnicas de Animación Turística	29 de enero	18:00	1.22 A + 1.22 B

JUNIO

PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE Y ANUALES

1 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
103 Alemán I	10 junio	9:00	1.13 A
102 Francés I	13 junio	9:00	1.13 A
101 Inglés I	17 junio	16:00	1.13 A
106 Contabilidad	17 junio	12:00	1.13 A
104 Introducción al derecho civil	26 junio	9:00	1.13 A
110 Sistemas informáticos aplicados al turismo	28 junio	12:00	1.13 A

2 ^º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
806 Legislación laboral en el sector turístico	14 junio	12:00	1.13 A
208 Estructura económica del sector turístico	19 junio	9:00	1.13 A
204 Recursos territoriales turísticos	20 junio	16:00	1.13 A
811 Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces	21 junio	12:00	1.13 A
202 Organización y gestión de empresas	25 junio	12:00	1.13 A
207 Fundamentos de marketing	27 junio	9:00	1.13 A

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
304 Derecho Administrativo turístico	10 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
817 Tecnología de la información turística	12 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
306 Sociología del Turismo	14 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
301 Operaciones y procesos de producción	17 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	20 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
307 Admón. RRHH en el sector turístico	25 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
814 Técnica operativa fra. Aplicada al turismo	27 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
303 * Prácticas de Turismo	28 de junio	Último día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **10 hasta el 28 de Junio**.

JUNIO

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES ASIGNATURAS DEL PRIMER CUATRIMESTRE

1^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
108 Estadística básica	21 junio	9:00	1.13 A

2^O CURSO	DÍA	HORA	AULAS
201 Derecho privado de la empresa turística	14 junio	9:00	1.13 A
205 Patrimonio cultural	19 junio	16:00	1.13 A
206 Contabilidad financiera de empresas turísticas	19 junio	12:00	1.13 A
808 Inglés II	24 junio	16:00	1.13 A
203 Estructura de mercados	26 junio	12:00	1.13 A

3^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
813 Técnicas de Animación turística	11 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
812 Geografía turística de Andalucía	13 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
816 Régimen fiscal del turismo	19 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
305 Psicología social del turismo	21 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B
302 Marketing Turístico	26 de junio	16:00	1.22 A + 1.22 B

SEPTIEMBRE

SEGUNDA CONVOCATORIA ORDINARIA

1 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
110 Sistemas informáticos aplicados al turismo	3 septiembre	9:00	1.13 A
108 Estadística básica	4 septiembre	16:00	1.13 A
101 Inglés I	6 septiembre	12:00	1.13 A
104 Introducción al derecho civil	10 septiembre	16:00	1.13 A
102 Francés I	13 septiembre	12:00	1.13 A
103 Alemán I	13 septiembre	16:00	1.13 A
106 Contabilidad	17 septiembre	9:00	1.13 A

2 ^º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
806 Legislación laboral en el sector turístico	4 septiembre	18:00	1.13 A
811 Contexto histórico de los monumentos medievales andaluces	6 septiembre	9:00	1.13 A
204 Recursos territoriales turísticos	10 septiembre	12:00	1.13 A
206 Contabilidad financiera de empresas turísticas	10 septiembre	9:00	1.13 A
207 Fundamentos de marketing	11 septiembre	12:00	1.13 A
201 Derecho privado de la empresa turística	16 septiembre	12:00	1.13 A
202 Organización y gestión de empresas	18 septiembre	9:00	1.13 A
808 Inglés II	18 septiembre	12:00	1.13 A
203 Estructura de mercados	19 septiembre	9:00	1.13 A
205 Patrimonio cultural	19 septiembre	12:00	1.13 A
208 Estructura económica del sector turístico	20 septiembre	12:00	1.13 A

3^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
813 Técnicas de Animación turística	2 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
306 Sociología del turismo	3 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
812 Geografía turística de Andalucía	4 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
301 Operaciones y procesos de producción	5 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	6 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
305 Psicología social del turismo	10 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
307 Admón. RRHH en las empresas turísticas	11 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
302 Marketing turístico	12 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
304 Derecho Administrativo turístico	16 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
816 Régimen fiscal del turismo	17 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
817 Tecnología de la información turística	18 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
814 Técnica de la op. Fra. Aplicada al turismo	19 septiembre	18:00	1.22 A + 1.22 B
*303 Prácticas de Turismo	20 de septiembre	Último día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **2 hasta el 20 de septiembre.**

CALENDARIO DE EXÁMENES
GRADUADO EN TURISMO

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA
ASIGNATURAS DEL PRIMER SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	29 enero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	1 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	6 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Introducción a la Economía (103)	11 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	14 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta

2^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	30 enero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Inglés aplicado al turismo II (205)	4 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Análisis de Recursos Territoriales Turísticos (202)	7 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	12 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Indicadores Económicos del Turismo (204)	15 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta

3^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Análisis de Mercados Turísticos (301)	29 enero	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	31 enero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Marketing Turístico (304)	5 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Psicología Social del Turismo (305)	8 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	13 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

4^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	30 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	31 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	1 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	4 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	5 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	6 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	7 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	8 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	11 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	12 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16, 1.18A, 1.19A
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	13 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aulas de informática (1.14 y 1.21)

* Aulas de la 1^a planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	31 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	31 enero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	8 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción al Derecho (110)	12 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Estadística (109)	13 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	15 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta

2^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	29 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	1 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Contabilidad (211)	5 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Estructura Económica del Turismo (208)	6 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	11 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Fundamentos de Marketing (210)	14 febrero	12:00	*Aulas de la 1ª planta

3^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Derecho Administrativo Turístico (306)	30 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	4 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	7 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	14 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	15 febrero	12:00	*Aulas de la 1ª planta

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

1^{er} CURSO

DÍA

HORA

AULAS

Alemán Aplicado al Turismo I (106)	10 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	13 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	19 junio	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta excepto 1.22A
Introducción a la Estadística (109)	21 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	24 junio	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Introducción al Derecho (110)	26 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

2^o CURSO

DÍA

HORA

AULAS

Alemán Aplicado al Turismo II (206)	11 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	14 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Introducción a la Contabilidad (211)	17 junio	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Estructura Económica del Turismo (208)	19 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	24 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Fundamentos de Marketing (210)	27 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

3^{er} CURSO

DÍA

HORA

AULAS

Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	12 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	17 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	20 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	25 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	28 junio	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

4^o CURSO

DÍA

HORA

AULAS

Creación de Empresas Turísticas (412)	6 mayo	9:00	Aula Magna
Geografía Turística de Andalucía (413)	10 mayo	9:00	Aula Magna
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	28 de junio fecha límite de entrega de la Memoria		
Trabajo Fin de Grado (415)	16 julio	Defensa del Trabajo Fin de Grado	

* Aulas de la 1^a planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
ASIGNATURAS DEL PRIMER SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	12 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	17 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Economía (103)	20 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	25 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	28 junio	12:00	Aulas de la 1ª planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

2º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	10 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	13 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	20 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta excepto 1.22A y 1.22B
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	21 junio	12:00	Aulas 1.15-1.16 y aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Indicadores Económicos del Turismo (204)	26 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta

3º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Psicología Social del Turismo (305)	11 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	14 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	19 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	24 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Marketing Turístico (304)	27 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**SEGUNDA CONVOCATORIA ORDINARIA
SEPTIEMBRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	2 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	3 septiembre	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Introducción a la Estadística (109)	4 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	6 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Introducción al Derecho (110)	10 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Introducción a la Economía (103)	12 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	13 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	13 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	16 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	18 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	19 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

2^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	3 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	4 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	5 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	5 septiembre	18:00	Aula Magna
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	10 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Fundamentos del Marketing (210)	11 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	13 septiembre	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	16 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Introducción a la Contabilidad (211)	17 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Indicadores Económicos del Turismo (204)	19 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Estructura Económica del Turismo (208)	20 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

* Aulas de la 1^a planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

3 ^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	2 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	4 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Psicología Social del Turismo (305)	5 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	6 septiembre	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	10 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	11 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	12 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	17 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	18 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Marketing Turístico (304)	20 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

4 ^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	2 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	3 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	4 septiembre	18:00	Aula 1.15 - 16
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	5 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	6 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	10 septiembre	18:00	Aula 1.15-16
Geografía Turística de Andalucía (413)	11 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	12 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	12 septiembre	18:00	Aula 1.13A
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	13 septiembre fecha límite entrega de memoria		
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	13 septiembre	18:00	Aula 1.15-1.16
Creación de Empresas Turísticas (412)	16 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	17 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	18 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Trabajo Fin de Grado (415)	15 de octubre	Defensa del Trabajo Fin de Grado	
	18 de diciembre		

* Aulas de la 1^a planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

CALENDARIO DE EXÁMENES
MÁSTER UNIVERISITARIO EN DIRECCIÓN Y
PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
21/01/2013	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.17
23/01/2013	Habilidades directivas	17:00 h	1.17
29/01/2013	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.17
30/01/2013	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba parcial)	17:00 h	1.17
01/02/2013	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.17
10/05/2013	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.17

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su primera convocatoria ordinaria en Junio.

CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
30/05/2013	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.17
10/05/2013	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.17
05/06/2013	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.17
07/06/2013	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	17:00 h	1.17
10/06/2013	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.17
12/06/2013	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	17:00 h	1.17
14/06/2013	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.17
17/06/2013	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	17:00 h	1.17
19/06/2013	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.17
21/06/2013	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	17:00 h	1.17
24/06/2013	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.17
26/06/2013	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	17:00 h	1.17
28/06/2013	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.17
24/06/2013	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Último día entrega de memoria en Secretaría	
05/07/2013	Trabajo fin de máster	9:30 h	1.17

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

2º CONVOCATORIA ORDINARIA Septiembre 2013

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
02/09/2013	Tecnologías aplicadas al e-tourism	9:00 h	1.17
02/09/2013	Habilidades directivas	17:00 h	1.17
03/09/2013	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	9:00 h	1.17
04/09/2013	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	9:00 h	1.17
04/09/2013	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.17
05/09/2013	Planificación y Gestión Territorial Turística	9:00 h	1.17
05/09/2013	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.17
06/09/2013	Gestión del medio natural y desarrollo local	9:00 h	1.17
06/09/2013	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	12:00 h	1.17
06/09/2013	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.17
10/09/2013	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.17
10/09/2013	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	12:00 h	1.17
10/09/2013	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.17
11/09/2013	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.17
11/09/2013	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.17
12/09/2013	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.17
12/09/2013	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.17
13/09/2013	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	9:00 h	1.17
19/09/2013	Trabajo fin de máster	9:30 h	1.17

MASTER UNIVERISITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES
ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
18/01/2013	Metodología para la investigación en turismo	9:00 h	1.17
18/01/2013	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.17
22/01/2013	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	9:00 h	1.17
22/01/2013	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.17
24/01/2013	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.17
24/01/2013	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.17
25/01/2013	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	9:00 h	1.17
25/01/2013	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.17
29/01/2013	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.17
29/01/2013	Creación y comercialización de productos turísticos	12:00 h	1.17
31/01/2013	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.17
31/01/2013	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.17
06/02/2013	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	9:00 h	1.17
14/02/2013	Trabajo fin de máster	9:30h	1.17

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES
ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
30/01/2013	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.17
04/06/2013	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.17
06/06/2013	Habilidades directivas	17:00 h	1.17
11/06/2013	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.17
13/06/2013	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.17

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su convocatoria extraordinaria en Enero.