



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO / E-TOURISM: APPLYING TECHNOLOGY TO
TOURISM MANAGEMENT AND SALES**

Centro Responsable: Facultad de Turismo	Coordinadores Académicos: Dr. Carlos M. Rossi Jiménez Dr. Antonio Guevara Plaza
Orientación: Profesional	Unidades participantes: <ul style="list-style-type: none">• Universidad de Málaga
Duración (ECTS): 60 créditos	
Modalidad: Presencial Lengua utilizada en el proceso formativo: Castellano	
Periodo lectivo: Anual	

Régimen de estudios: Tiempo Completo / Tiempo parcial

Los estudiantes que realicen por primera vez su matrícula en el primer curso del plan de estudios deberán formalizar su matrícula en un mínimo de 30 créditos.

Conocimientos y competencias:

Básicas y generales:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Definir prioridades en la consecución de objetivos tácticos y estratégicos propios de empresas e instituciones turísticas
- Adquirir las capacidades necesarias para desempeñar un papel innovador, prospectivo y proactivo en el ámbito profesional del turismo
- Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas complejos propios del eTourism en niveles profesionales medios y altos
- Capacidad para planificar y liderar equipos multidisciplinares, combinando eficazmente la aportación de participantes con formación tecnológica y empresarial
- Aprender a trabajar en equipo, identificando las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo de los diferentes componentes del mismo, desarrollando un comportamiento asertivo, adaptabilidad a los cambios y respetando la diversidad de género, cultura, formación y personalidad.
- Convertir un problema empírico del ámbito del turismo en un objeto de investigación y elaborar conclusiones

Transversales

- Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos
- Argumentar y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos.
- Adquirir capacidad de negociación
- Comprender e identificar los elementos inherentes a la calidad y su importancia en el turismo
- Adquirir conocimientos y habilidades propios de la cultura emprendedora
- Capacidad de gestionar información especializada

Específicas.

- Aprender a planificar la estrategia de sistemas de información en una empresa o destino turístico
- Conocer y aplicar metodologías de desarrollo de sistemas de información, como guía para la gestión de proyectos de eTourism
- Profundizar en el estudio y uso de conceptos de modelado y diseño de sistemas de información verticales para el sector turístico
- Conocer y aplicar técnicas de modelado de procesos de negocio como mecanismo de desarrollo y optimización de los sistemas de información turísticos



- Aprender los fundamentos y herramientas para el modelado y construcción de sistemas de información integrados e interoperables, como solución óptima a las necesidades de información y comercialización en empresas y destinos turísticos
- Entender el destino turístico como sistema para diagnosticar
- necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino, utilizando tecnologías de Información Territorial
- Adquirir la capacidad para decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los Sistemas de Información Territorial y Turística
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos de los destinos
- turísticos por medio de herramientas de Sistemas de Información Geográfica y otras TICs aplicadas al territorio
- Conocer la normativa sobre comercio y pago electrónico
- Conocer las responsabilidades y requisitos para comercializar y/o anunciar productos turísticos en la red
- Conocer la estructura económica y los diferentes agentes que intervienen en el mercado turístico on-line y el papel que desempeña cada uno de ellos
- Distinguir las diferentes tipologías de venta on-line
- Conocer los conceptos básicos de la comunicación y la importancia de la marca en las organizaciones turísticas, como factor de éxito en la implantación de sistemas de eTourism
- Conocer los mecanismos digitales de comunicación y su aplicación a la potenciación de la marca de una empresa y organizaciones turísticas
- Adquirir habilidades para la correcta aplicación de las TICs en el ámbito turístico
- Capacidad para comprender y aplicar la dimensión legal y medioambiental de las acciones empresariales o institucionales el ámbito del turismo
- Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y tecnológicos adquiridos 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 trabajo fin de máster en el ámbito de las nuevas tecnologías aplicadas al eTourism

Plan de estudios abreviado:

El/la alumno/a debe cursar y superar 30 créditos obligatorios comunes, 12 créditos de asignaturas optativas, 6 créditos correspondientes a las Practicas Externas y 12 correspondientes al Trabajo Fin de Máster, para alcanzar los 60 créditos necesarios para la obtención del título.

Los 12 créditos correspondientes a optatividad se podrán cursar eligiendo cualquier asignatura del Módulo "Innovación y Sistemas de Información Web" o del módulo de "Sistemas de Información Turísticos".

Esquema general del plan de estudios que se propone:

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	CRÉDITOS
Formación básica en eTourism	Análisis y Diseño de Sistemas de Información Turísticos	Análisis y Diseño de Sistemas de Información en Empresas y Destinos Turísticos (obligatoria)	6
	Sistemas de Información Territorial	Sistemas de Información de gestión territorial (obligatoria)	6
	Derecho aplicado al negocio electrónico	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales (obligatoria)	6
	Comunicación turística	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos (obligatoria)	6
	Estructura económica del turismo	Estructura económica del mercado de la distribución on-line (obligatoria)	6
Innovación y Sistemas de Información Web	Sistemas de comercialización en internet	Gestión de canales de distribución on-line	3
		Análisis, Evaluación y Estrategias de Promoción de Sitios Web de Empresas y Destinos Turísticos (optativa)	3
	Construcción de sitios web turísticos	Diseño e Implementación de Sitios Web de Contenido Turístico (optativa)	3
	Innovación y transferencia tecnológica en Turismo	Innovación y Transferencia Tecnológica en Turismo (optativa)	3
Sistemas de Información Turística	Especialización en sistemas de información turística	Análisis de Datos para toma de decisiones en entornos Turísticos (optativa)	3



		Seguridad en entornos tecnológicos (optativa)	3
		Aplicaciones Móviles para el Sector Turístico (optativa)	3
		Sistemas Inmóticos en empresas turísticas (optativa)	3
Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster (obligatoria)	12
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas (obligatoria)	6

Perfil de ingreso y requisitos de formación previa:

Podrán acceder al Máster Universitario quienes estén en posesión del título español de Arquitecto, Ingeniero, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Graduado, Diplomado, Maestro o cualquier otro declarado expresamente equivalente. No obstante, al máster tendrán acceso preferente alumnos de las titulaciones de turismo y de las áreas económicas, jurídicas, sociales y de humanidades, así como de las titulaciones de ingeniería informática e ingeniería en telecomunicación. Con respecto a las titulaciones en turismo se contempla la posibilidad de acceso para los diplomados en turismo, diplomados en empresas y actividades turísticas y otros títulos en turismo con homologación a diplomatura.

El detalle de los títulos de acceso preferente son:

- Graduado/a en Turismo
- Graduado/a en Economía
- Graduado/a en Administración y Dirección de Empresas
- Graduado/a en Ingeniería Informática
- Graduado/a en Ingeniería del Software
- Graduado/a en Ingeniería de Tecnologías de Telecomunicación
- Graduado/a en Derecho
- Graduado/a Geografía
- Graduado/a en Comunicación Audiovisual
- Graduado/a Publicidad y Relaciones Públicas
- Diplomado/a en Turismo
- Diplomado/a en Empresas y Actividades Turísticas (1)
- Técnico en Empresas y Actividades Turísticas (2)
- Diplomado/a en Ciencias Empresariales
- Y todos aquellos antiguos títulos de licenciaturas, diplomaturas y/o ingenierías relacionadas con los mencionados anteriormente

(1) Título con los mismos efectos que Ddo. En Turismo –R.D. 604/1996, de 15 de abril-

(2) Título con los mismos efectos que Ddo. en Empresas y Actividades Turísticas –R.D. 259/1996, de 16 de febrero

Igualmente podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos extranjeros –con títulos afines a los relacionados anteriormente- sin necesidad de la previa homologación de sus títulos, con la comprobación previa que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de Grado y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a estudios de Posgrado.

Para quienes acrediten una titulación distinta a las enumeradas anteriormente, corresponderá a la comisión académica del máster valorar su aceptación en función del perfil académico y/o profesional del candidato.

Criterios de admisión:

Los criterios de admisión que permitirán priorizar las solicitudes cuando la demanda de plazas de nuevo ingreso supere a la oferta serán:

- Expediente Académico 70%
- Currículo que acredite experiencia profesional en actividades relacionadas con el objeto del máster 30%

Plazas: 35

Importe aproximado de Matrícula (precios públicos 13/14):
41,5 euros/crédito

Información sobre Fechas y plazos para la preinscripción

<http://www.juntadeandalucia.es/innovacioncienciayempresa/squit/>

<http://www.infouma.uma.es/acceso/>



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Curso académico 2014/2015

Más información / Contactos:

Preinscripción y Acceso: acceso_master@uma.es

Centro responsable: secretario@turismo.uma.es

Coordinación Académica: rossi@uma.es ; popturismo@uma.es

Web del Máster:

Web posgrado UMA: <http://www.uma.es/cipd>