



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA  
FACULTAD  
DE TURISMO



**Facultad de Turismo**  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

# **PROGRAMACIÓN DOCENTE**

## **CURSO 2014 - 2015**

# ÍNDICE

<b>Información y servicios.....</b>	<b>7</b>
<b>Plazos de solicitud de convocatorias extraordinaria.....</b>	<b>8</b>
<b>Calendario docente de Graduado en Turismo.....</b>	<b>9</b>
<b>Calendario docente de Master en Dirección y Planificación del Turismo.....</b>	<b>10</b>
<b>Calendario docente de Master en Turismo Electrónico: tecnologías aplicadas a la gestión y comercialización del turismo.....</b>	<b>11</b>
<b>Programas de movilidad.....</b>	<b>12</b>
<b>Asignaturas del plan de estudios de Graduado en Turismo.....</b>	<b>16</b>
Programa académico de Graduado en Turismo .....	24
<u>Programación de Primer Curso</u>	
Geografía general y regional del turismo.....	25
Inglés Aplicado al Turismo I.....	28
Introducción a la Economía .....	31
Organización y Gestión de Empresas .....	37
Sistemas Informáticos aplicados al Turismo .....	41
Alemán Aplicado al Turismo I .....	44
Francés Aplicado al Turismo I .....	48
Gestión del patrimonio cultural .....	52
Introducción a la estadística .....	55
Introducción al derecho.....	59
Microeconomía y Macroeconomía aplicadas al turismo .....	65
<u>Programación de Segundo Curso</u>	
Administración de recursos humanos en las empresas turísticas .....	70
Análisis de los recursos territoriales turísticos .....	76
Gestión de bases de datos del turismo.....	79
Indicadores económicos del turismo .....	82
Inglés aplicado al turismo II.....	89
Alemán aplicado al turismo II.....	92
Derecho mercantil de la empresa turística .....	96
Estructura económica del turismo.....	100
Francés aplicado al turismo II .....	107

Fundamentos de marketing .....	112
Introducción a la contabilidad.....	114
<b><u>Programación de TercerCurso</u></b>	
Análisis de Mercados Turísticos .....	118
Contabilidad de Empresas Turísticas .....	122
Inglés Aplicado al Turismo III .....	126
Marketing Turístico.....	129
Psicología Social del Turismo.....	133
Derecho Administrativo Turístico .....	137
Difusión Turística del Patrimonio Cultural .....	140
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo.....	143
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas.....	146
Planificación Territorial y Turismo Sostenible .....	150
<b><u>Programación de Cuarto Curso</u></b>	
Análisis de la oferta complementaria de servicios turístico.....	153
Contabilidad de gestión de empresas turísticas .....	157
Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos.....	160
Gestión del territorio en destinos turísticos.....	163
Historia económica y social del turismo.....	166
Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas .....	169
Legislación laboral en el sector turístico .....	172
Marketing para empresas y productos turísticos .....	175
Sociología del turismo .....	179
Tecnología de los alimentos y gastronomía .....	182
Tecnologías Web aplicadas al turismo .....	185
Creación de empresas turísticas.....	188
Geografía turística de Andalucía .....	191
Prácticas en empresas e instituciones turísticas .....	194
Trabajo fin de grado .....	197
<b>POSGRADO EN TURISMO.....</b>	<b>202</b>
<b>Programa académico del Master en Dirección y Planificación del Turismo .....</b>	<b>206</b>
Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios .....	207
Habilidades Directivas .....	210
Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo .....	213

Planificación y Gestión Territorial Turística .....	216
Tecnologías aplicadas al e-tourism .....	219
Creación y comercialización de productos turísticos .....	222
Dirección de recursos humanos en empresas turísticas .....	224
El Mercado: su conocimiento, atención y fidelización .....	227
Fundamentos del Revenue Management (Yield Management) .....	229
Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas .....	232
Gestión del medio natural y desarrollo local .....	235
Gestión económico-financiera de empresas turísticas.....	238
Gestión y divulgación del patrimonio cultural .....	240
Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico.....	242
Metodología para la investigación en empresas y organizaciones turísticas.....	244
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas.....	247
Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo .....	250
TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas .....	253
Trabajo fin de Máster.....	255
<b>Programa académico del master en en turismo electrónico: tecnologías aplicadas a la gestión y comercialización del turismo .....</b>	<b>258</b>
Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y desinos turísticos.....	264
Sistemas de información de gestión territorial .....	266
Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales.....	298
La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos.....	272
Estructura económica del mercado de la distribución on-line .....	274
Gestión de canales de distribución on-line .....	276
Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos. ....	278
Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico .....	280
Innovación y transferencia tecnológica en turismo .....	282
Análisis de datos para la toma de decisiones en entornos turísticos.....	284
Seguridad en entornos tecnológicos.....	286
Aplicaciones móviles para el sector turístico.....	288
Sistemas inmóticos en empresas turísticas .....	290



Trabajo Fin de Master.....	292
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas.....	295
HORARIOS DE CLASE DE GRADUADO EN TURISMO.....	298
HORARIOS DE CLASE DE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO.....	315
HORARIOS DE CLASE DE MASTER EN EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO.....	320
<b>CALENDARIO DE EXÁMENES DE GRADUADO EN TURISMO .....</b>	<b>325</b>
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre.....	326
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre.	327
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre .....	328
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer semestre..	329
Segunda convocatoria ordinaria de exámenes de septiembre.....	330
<b>CALENDARIO DE EXÁMENES DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO</b>	
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre.....	333
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre .....	333
Segunda convocatoria ordinaria de todas las asignaturas .....	334
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre.	335
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer semestre...	335
<b>CALENDARIO DE EXÁMENES DEL MASTER EN E-TOURISM</b>	
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre.....	337
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre.....	337
Segunda convocatoria ordinaria de todas las asignaturas .....	338



## EQUIPO DE DIRECCIÓN

D. Antonio J. Guevara Plaza  
DECANO

D.<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Dolores Fernández de la Torre Madueño  
VICEDECANA

D.<sup>a</sup> Josefa García Mestanza  
VICEDECANA

D. Andrés Aguayo Maldonado  
VICEDECANO

D. Enrique Navarro Jurado  
VICEDECANO

D. Ángel Morales Baño  
VICEDECANO

D. Antonio Peláez Verdet  
SECRETARIO

D. Jesús C. Sanjuán Solís  
VICESECRETARIO

## INFORMACIÓN Y SERVICIOS

**Web de la Facultad de Turismo:** [www.uma.es/facultad-de-turismo/](http://www.uma.es/facultad-de-turismo/)

### Conserjería:

- Teléfonos: 952 132 932 y 952 132 901.

### 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 tablones de anuncio de la Secretaría y en la web del centro.

- Teléfonos: 952 133 237 y 952 133 238.
- Fax: 952 133 263.e-mail: [secretario@turismo.uma.es](mailto:secretario@turismo.uma.es)

### 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
- Teléfono: 952 133 277.

### 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.

### 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.

### Reprografía.

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

### 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/>

## **PLAZOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS**

### ◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE DICIEMBRE

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

**Graduado en Turismo: Del 3 al 7 de noviembre de 2014.**

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

**Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 3 al 7 de noviembre de 2014.**

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.

**Graduado en Turismo: Del 8 al 14 de enero de 2015.**

**Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 8 al 14 de enero de 2015.**

### ◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JUNIO

Para asignaturas del 1<sup>er</sup> cuatrimestre, siempre y cuando sean matriculadas por segunda o sucesivas veces.

**Graduado en Turismo: Del 18 al 22 de mayo de 2015.**

**Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 18 al 22 de mayo de 2015.**

## CALENDARIO DOCENTE CURSO 2014-2015

### GRADUADO EN TURISMO

#### Primer Semestre

- Acto de bienvenida: jueves 25 de septiembre.

#### **Periodo de clases:**

Del 2 de septiembre al 1 de diciembre de 2014 (corte de clases en Navidad) y del 7 al 2 de enero de 2015.

#### **Periodo de exámenes:**

Del 26 de enero al 1 de febrero de 2015 (ambos incluidos).

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

#### Segundo Semestre

#### **Periodo de clases:**

Del 16 de febrero al 5 de junio de 2015, excepto Semana Santa (27 de marzo al 6 de abril).

#### **Periodo de prácticas:**

Para alumnos de modalidad **3B** (oferta general): del 11 de mayo al 26 de junio

#### **Periodo de exámenes: \***

Del de junio al de julio de 2015 (ambos inclusive), excepto para las asignaturas de cuarto curso que será del 4 al de mayo de 2015.

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

#### Periodo de exámenes convocatoria de Septiembre

Del 1 al 22 septiembre de 2015 (ambos inclusive).

#### DÍAS NO LECTIVOS

Además de las fiestas locales y nacionales:

2 de enero de 2015. Por la festividad de Santo Tomás de Aquino.  
27 de febrero de 2015. Patrón del Centro.

## **MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**

### **Primer Semestre**

#### **Periodo de clases**

Del 20 de octubre de 2014 al 16 de enero de 2015.

#### **Periodo de exámenes**

Del 19 de enero al 30 de enero de 2015

### **Sgundo Semestre**

#### **Periodo de clases**

Del 02 de febrero de 2015 al 22 de mayo 2015

#### **Periodo de exámenes**

Del 30 de mayo al 8 de julio de 2015

#### **Periodo de exámenes Convocatoria de Septiembre**

Del día 1 al 22 de Septiembre de 2015

### **DÍAS NO LECTIVOS**

Además de las fiestas locales y nacionales:

- 28 de enero de 2015. Por la festividad de Santo Tomás de Aquino.
- 27 de febrero de 2015. Patrón del Centro.

## **MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO**

### **Primer Semestre**

#### **Periodo de clases**

Del 20 de octubre de 2014 al 13 de febrero de 2015

#### **Periodo de exámenes**

Del 16 de febrero al 26 de febrero de 2015

### **Segundo Semestre**

#### **Periodo de clases**

Del 2 de marzo de 2015 al 26 de mayo de 2015

#### **Periodo de exámenes**

Del 1 de junio al 8 de julio de 2015

#### **Periodo de exámenes Convocatoria de Septiembre**

Del día 1 al 22 de septiembre de 2015.

### **DIAS NO LECTIVOS**

Además de las fiestas locales y nacionales:

28 de enero de 2015. Santo Tomás de Aquino.

27 de febrero de 2015. Patrón del Centro.

**PROGRAMAS DE INTERCAMBIO (MOVILIDAD ESTUDIANTIL)**
**ERASMUS:**

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

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)	CIUDAD - PAIS (COUNTRY)
University of Applied Sciences KREMS	A KREMS03	Krem
Hochschule Bremen, University of Applied Sciences	D BREMEN04	Austria Bremen Alemania
International School of Management, Dortmund	D DORTMUN04	Dortmund Alemania
Hochschule Heilbronn	D HEILBRO01	Heilbronn Alemania
Universität Lüneburg	D LUNEBUR01	Lüneburg Alemania
Fachhochschule München	D MUNCHEN06	München Alemania
Hochschule Harz	D WERNIGE01	Harz Alemania
IDIOMA FRANCÉS (FRENCH LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	CIUDAD - PAIS (COUNTRY)
Haute École Charlemagne	B LIEGE43	Liège Bélgica
Haute École de la Communauté française en Hainaut	B MONS20	Hainaut Bélgica
Université D'Artois	F ARRAS12	Arras Francia
Université Aix-Marseille	F MARSEIL84	Marseille Francia
Université Paris-Est Marne-La-Vallee	F PARIS225	Paris Francia
Lycée Leon Blum	F PERPIGN12	Perpignan Francia
Université Paul Sabatier-Toulouse III	F TOULOUS03	Toulouse Francia
IDIOMA INGLÉS (ENGLISH LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	CIUDAD - PAIS (COUNTRY)
Katholieke Hogeschool Leuven	B LEUVEN18	Leuven Bélgica
Dublin Institute of Technology	IRLDUBLIN27	Dublin

NHTV Breda University of Applied Sciences	NL BREDA10	Irlanda Breda
Hogeschool Tio	NL HENGEL06	Países Bajos Hengelo
Mittuniversitetet	S MIDSWED01	Países Bajos Östersund
Högskolan I Skövde	S SKOVDE01	Suecia Skövde
Univerza Na Primorskem, Università del Litorale (University of Primorska, Turistica-College of Tourism)	SI KOPER03	Suecia Koper Eslovenia
Yeditepe University	TR ISTANBU21	Istambul
University College Birmingham	UK BIRMING04	Turquía Birmingham
University of Lincoln	UK LINCOLN05	Reino Unido Lincoln
Southampton Solent University	UK SOUTHAM04	Reino Unido Southampton Reino Unido
University Of Applied Sciences, Haaga-Helia	SF HELSINK40	Porvoo Finlandia
University of Business	PL WROCLAW 04	Wroclaw Polonia
University of Pannonia, Faculty of Business and Economics	HU VESZPRE01	Veszprem Hungría
University of Life Sciences	PL WARSZAW05	Warsaw Polonia
Joseph Pilsudski University of Physical Education - Faculty of Tourism and Recreation	PL WARSZAW12	Warsaw Polonia
<b>IDIOMA ITALIANO (ITALIAN LANGUAGE)</b>	<b>CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)</b>	<b>CIUDAD - PAIS (COUNTRY)</b>
Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM di Milano	I MILANO05	Milano Italia

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 finalizará 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

A fin de conocer toda la oferta de movilidad de la UMA, recomendamos consultar la web del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales <http://www.uma.es/ficha.php?id=3966>

De forma periódica, aconsejamos la consulta relativa a Novedades y Convocatorias <http://www.uma.es/ficha.php?id=16862>

## **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](http://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. <http://www.uma.es/ficha.php?id=14371>

## **PROGRAMAS DE INTERCAMBIO CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS: SICUE**

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](http://www.uma.es), Vicerrectorado de Estudiantes: <http://www.uma.es/ficha.php?id=6314>

## **ERASMUS PRÁCTICAS**

El programa de la Unión Europea PAP/Erasmus permite al estudiante universitario desplazarse a otro país europeo de los participantes en el programa para cursar parte de tus estudios en otra universidad europea (el tradicional Erasmus, ahora llamado Erasmus con Fines de Estudios), así como para realizar prácticas en empresas, centros de formación, centros de investigación u otras organizaciones (el antiguo Leonardo da Vinci para estudiantes, ahora llamado Erasmus-Prácticas). Más información sobre el programa en <http://www.oapee.es/pap/erasmus>

En relación con la convocatoria por parte de la Universidad de Málaga, así como con las fechas y el procedimiento para participar en el programa, consultar en el Vicerrectorado de Relaciones Internacionales <http://www.uma.es/ficha.php?id=92319>



***GRADUADO EN TURISMO***

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS**

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
PRIMER CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter <sup>1</sup>	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
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
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
Análisis de los recursos territoriales turísticos	OB-MB	6	Geografía	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Geografía

<sup>1</sup> 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
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
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

<sup>1</sup> 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
Difusión Turística del Patrimonio Cultural	OB-CC	6	Patrimonio	Módulo de créditos Comunes: Patrimonio	Historia del Arte
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
Inglés aplicado al turismo III	OB-CC	6	Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico	Módulo de créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico	Filología Inglesa, Francesa y Alemana
Planificación territorial y turismo sostenible	OB-CC	6	Planificación territorial y turismo sostenible	Módulo de créditos Comunes: Planificación Territorial y Turismo Sostenible	Geografía

<sup>1</sup> 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 organizaciones y actividades turísticas	OP	6	Formación Complementaria al Perfeccionamiento de la Lengua Inglesa	Modulo de Formación Complementaria	Filología Inglesa, Francesa 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

<sup>1</sup> 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.



**GUIA DOCENTE DE LAS ASIGNATURAS**  
***GRADUADO EN TURISMO***

# GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Geografía General y Regional del Turismo
<b>Código:</b>	101
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Geografía
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

## EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** GEOGRAFÍA HUMANA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
CARLOTA ANGELA ESCUDERO GALLEGOS	carla@uma.es	952131706	-	Todo el curso: Martes 12:00 - 15:00, Miércoles 12:00 - 15:00

## RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

La asignatura permite tener un conocimiento general de la Geografía del Turismo, aproximar al alumnado al medio geográfico como condicionante básico de la actividad turística, así como conocer la situación de las grandes regiones turísticas mundiales. En los contenidos de la asignatura se analizan los conceptos y fuentes para el análisis del turismo, se estudian las diferentes modalidades de espacios turísticos, se valoran los diferentes impactos territoriales que el turismo genera. Estos conocimientos son básicos para los contenidos de otras asignaturas del plan de estudio como Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos y Planificación Territorial y Turismo Sostenible.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |      |  |
|------|--|
| 1.1  | Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica          |
| 1.18 | Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos   |
| 1.23 | Analizar los impactos generados por el turismo   |
| 1.27 | Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial |
| 1.37 | Conocer y aplicar los conceptos básicos de la geografía  |

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

### 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 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 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.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

###### Actividades expositivas

Lección magistral

###### Actividades fuera de la Universidad

Trabajos de campo

###### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

##### Actividades No Presenciales

###### Actividades prácticas

Otras actividades prácticas no presenciales

###### Estudio personal

Estudio personal

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Conocer los conceptos y fuentes de estudio de la Geografía del Turismo.

Identificar las características y consecuencias que la actividad turística ha tenido en el territorio mediante el estudio de los principales factores que explican facilitan la localización y características de la actividad turística, así como los principales modelos y tipologías turísticas

Explicar los impactos, positivos y negativos, que la actividad turística ejerce sobre el territorio.

Adquirir una visión general de las tendencias del turismo mundial y de la situación de las grandes regiones turísticas mundiales.

#### PROCEDIMIENTO DE 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.

Para aprobar la asignatura deberá obtener una puntuación mínima media de 1,25 puntos sobre 3.

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 3,25 puntos sobre 7.

Los estudiantes que no puedan realizar la evaluación continua o la suspendan deberán realizar una pregunta de desarrollo adicional en el examen.

Para la convocatoria de septiembre se mantienen los mismos requisitos en la evaluación.

Para las convocatorias extraordinarias sólo se evaluará al estudiante mediante un examen tipo test.

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 3 puntos

Prueba individual 7 puntos

TOTAL CALIFICACION 10 puntos

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

Análisis territorial del Turismo. Ed. Ariel 1997; VERA REBOLLO, F. y OTROS. ISBN: 84-344-3455-5

Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanch 2011; VERA REBOLLO, F. y OTROS. ISBN: 978-84-15731-40-5

Aproximación a la geografía del turismo. Colecc. Espacios y sociedades. Síntesis 1991; CALLIZO SONEIRO, J.R. ISBN: 84-7738-111-9

Geografía del turismo. Masson 1990; LOZATO-GIOTART, J.P. ISBN: 84-311-0504-6

Geografía Mundial del Turismo. Síntesis 2001; BARRADO, D. A. y CALABUIG, J. ISBN: 84-7738-856-3

Introducción al turismo. OMT 1998; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ISBN: 978-92-844-0269-4

Una introducción al turismo. Síntesis 2000; LICKORISH, L.H. y JENKINS. ISBN: 84-7738-755-9

#### Complementaria

Compendio de estadísticas de turismo. OMT; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ISBN: 978-92-844-1490-1

Datos esenciales del turismo; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ISBN: 978-92-844-1468-0

Geografía del turismo en el mundo. Síntesis 2000; MESPLIER, A. y BLOC-DURAFFOUR, P. ISBN: 84-7738-784-2

Geografía turística: Europa y resto del Mundo. Centro de Estudios Ramón Areces 2004; ALONSO, J. ISBN: 84-8004-626-0

Historia general del turismo de masas. Alianza Universidad Textos 1991; FERNÁNDEZ FUSTER, I. ISBN: 84-206-8136-9

Introducción a la teoría y técnica del turismo. Alianza Universidad Textos 1988.; FERNÁNDEZ FUSTER, I. ISBN: 84-206-8097-4

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

Mediterráneo y Turismo. Masson 1991; LOZATO-GIOTART, J.P. ISBN: 84-311-0557-7

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

Tendencias de los mercados turísticos (Europa, Las Américas, África, Asia Oriental-Pacífico y; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. ISBN: 978-92-844-1289-1

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

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

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	28,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	11,7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Trabajos de campo	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

##### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Inglés Aplicado al Turismo I
<b>Código:</b>	102
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA INGLESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: SILVIA PILAR CASTRO BORREGO	scb@uma.es	952131789	-	Primer cuatrimestre: Miércoles 16:00 - 17:00, Miércoles 19:00 - 21:00, Jueves 17:00 - 19:00, Jueves 20:00 - 21:00
JUAN RAMIREZ ARLANDI	jramirez@uma.es	952133272	439 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	verdejo@uma.es	952133271	13 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 10:00, Miércoles 12:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 17:00 - 19:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Teniendo en cuenta la especificidad de la asignatura y su carácter instrumental, se recomienda a los estudiantes la asistencia regular a todas las sesiones de <Gran Grupo> así como a las de <Grupo Reducido> que se programen. Asimismo, se insta a los estudiantes a la realización de todas las actividades y prácticas dirigidas que, como complemento a las tareas establecidas, proponga el responsable de la asignatura.

### CONTEXTO

Esta asignatura tiene como objetivo la adquisición de una serie de competencias por parte de los alumnos que les permitan el ejercicio profesional en los distintos ámbitos del sector turístico sirviéndose de la lengua inglesa como vehículo de comunicación. A tal efecto y usando un enfoque de naturaleza comunicativa-funcional, esta asignatura se incardina en el plan de estudios vigente como una materia que, de un lado, aporta al alumno la fundamentación sociolingüística necesaria para acceder al cuerpo del conocimiento y a las fuentes bibliográficas en lengua inglesa de otras materias de la titulación y, por otro, le permitirá ejercer su profesión utilizando la lengua inglesa como lingua franca del mundo económico y empresarial en el sector turístico durante el siglo XXI.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.13 Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
- 1.15 Trabajar en inglés como lengua extranjera
- 1.16 Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera
- 1.29 Trabajar en medios socioculturales diferentes

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

Módulo 1 The experience of tourism	Módulo 3 Accommodation
Módulo 2 Transport	Módulo 4 Attractions

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### Actividades No Presenciales

##### Otras actividades no presenciales

Otras actividades no presenciales

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### a) Resultados de aprendizaje

Los alumnos que hayan cursado la asignatura deberán ser capaces de utilizar la lengua inglesa en un contexto turístico, y en concreto en el ejercicio de la profesión correspondiente a la titulación, así como conocer la terminología específica adecuada en inglés. Asimismo, será capaz de expresarse en este segundo idioma dentro de los campos de especialización de su profesión y en la relación cliente-profesional del turismo.

#### b) Criterios de evaluación

Las prácticas son obligatorias y se conciben como un elemento esencial para la plena adquisición de las competencias incluidas. Asimismo y a tenor de los objetivos y competencias de la asignatura, se entiende que la asistencia y seguimiento de todas las sesiones programadas se considera imprescindible para la superación de la asignatura.

No obstante, los alumnos en régimen de matriculación a tiempo parcial así como los deportistas universitarios de alto nivel disfrutarán de un régimen de asistencia flexible y podrán realizar las prácticas obligatorias en horarios ad hoc cuando no puedan asistir a las sesiones regularmente establecidas.

### PROCEDIMIENTO DE 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

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, el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. que demuestre el uso correcto de técnicas de comunicación en lengua inglesa y su empleo en ámbitos profesionales así como en medios socio-culturales diferentes.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (60%) que incluirá todos o algunos de los siguientes componentes:

Gramática

Conocimiento lenguaje turístico

Comprensión escrita

Producción escrita

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 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

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

A Travel Adventure. English for Tourism 1 (ECTS).; DE PRADA CREO, E.; Universidad de Vigo; 2006; Manual de texto

Check point: English in Tourism. Centro de Estudios Ramón Areces.; MIODUSZEWSKA, M., et al.; Ramón Areces; 1994; Manual de texto.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Collins Cobuild English Language Dictionary.; SINCLAIR, J. (ed.); Collins; Diccionario  
 Diccionario Bilingüe Cambridge Spanish-English Compact Edition. Cambridge University Press. Diccionario.  
 Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio. Inglés-Español, Spanish- English; ALCARAZ, E. et al.; Ariel; 2000; Diccionario  
 English for International Tourism - Intermediate. Audio CD. Strutt, Peter, Margaret O'Keefe e Iwonna Dubicka . Pearson; 2013  
 English for International Tourism - Intermediate. Student's book. Strutt, Peter. Pearson; 2013.  
 English for International Tourism - Intermediate. Workbook. Strutt, Peter, Margaret O'Keefe e Iwonna Dubicka . Pearson; 2013.  
 English for Tourism I Manual de texto.; STEVENS, B., E. BÁRCENA Y R. VARELA.; Centro de Estudios Ramón Areces.; 2003; Manual de texto  
 English Grammar in Use.; MURPHY, R.; Cambridge University Press; 1994; Gramática.  
 English Pronunciation in Use.; HANCOCK, M.; Cambridge University Press; 2003; Manual de pronunciación.  
 First class: English for Tourism. Student's Book; STOTT. T.; Oxford University Press; 1995; Manual de texto  
 Gramática inglesa (8ª ed). Longman-Pearson. Gramática; SÁNCHEZ BENEDITO, F. 2010.  
 How English Works: a grammar practice book with answers.Oxford University Press. Gramática.; SWAN, M., Y C. WALTER, 2002.  
 Larousse Unabridged Dictionary: Spanish-English/ English-Spanish. Larousse. 2004. Diccionario.  
 Longman Dictionary of Contemporary English with CD. Longman 2003. Diccionario.  
 Manual de pronunciación inglesa comparada con la española. Comares. Manual de pronunciación.; SÁNCHEZ BENEDITO, F. 2004.  
 Oxford español-inglés, inglés-español Oxford University Press; LEA, C. (ed.); Oxford University Press; 1994; Diccionario  
 Oxford español-inglés, inglés-español. 1994. Oxford UP  
 Practical English Usage. Oxford University Press.; SWAN, M. 1994.  
 Starting English for Tourism Studies. Publicaciones de la Universidad Jaume I. Manual de texto.; USÓ J.E., I. FORTANET GOMEZ Y A. SAORIN  
 IBORRA 2004  
 Tourism 1. Oxford English for Careers. Student's Book. Oxford University Press. MANUAL DE TEXTO RECOMENDADO CLASE.; WALKER, R. &  
 K. HARDING. 2006.  
 VIP Lounge: comunicación en inglés para profesionales del turismo. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2011.; Guarddon,  
 Anelo MC.  
 Welcome ( English for Travel and Tourism). Student's book.; JONES, L.; Cambridge University Press; 1998; Manual de texto

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Introducción a la Economía
<b>Código:</b>	103
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Economía
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Inglés, Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MIGUEL ANGEL ROPERO GARCIA	maroper@uma.es	952131184	1412 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 20:00 - 21:00, Lunes 17:00 - 19:00, Jueves 19:00 - 21:00, Viernes 20:00 - 21:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 18:00 - 21:00, Viernes 17:00 - 20:00
ANTONIA SUSANA CABRERA YETO	yeto@uma.es	952131189	1414 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 10:00, Jueves 12:00 - 14:00, Lunes 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 11:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Para el seguimiento de la asignatura es recomendable que el alumno conozca algunos conceptos matemáticos elementales, entre los que cabe destacar:

- Cálculo de porcentajes y variaciones porcentuales de una variable.
- Representación gráfica de funciones de una variable.
- Conceptos básicos relativos a las funciones de una variable: pendiente, derivada parcial, máximo, mínimo, continuidad, estudio del crecimiento y de la concavidad o convexidad de la función.
- Cálculo de áreas de figuras geométricas simples: triángulos y rectángulos.

Por otro lado, las teorías económicas que se estudian a lo largo de la asignatura utilizan de forma intensiva las distintas herramientas de la lógica y un cierto nivel de abstracción para poder entender de forma sencilla realidades complejas. Por esta razón, es muy recomendable que los alumnos tengan habilidades para la abstracción y para el seguimiento de argumentos lógicos elaborados.

Así mismo, sería recomendable que el alumno tenga interés por entender las estrategias económicas utilizadas por las empresas turísticas en el mundo real, así como por conocer los principales acontecimientos económicos actuales que afectan de forma directa o indirecta al sector turístico.

### CONTEXTO

La asignatura se enmarca dentro del título de graduado en turismo, por lo que el objetivo de la docencia será dotar al alumno de herramientas que apoyen la toma de decisiones económicas en cualquier empresa u organización turística. Además, la asignatura intentará aportar al alumno las competencias necesarias para entender los acontecimientos económicos que afectan al turismo, así como para anticipar los efectos de dichos acontecimientos sobre las empresas u organizaciones turísticas.

Esta asignatura es la primera de varias impartidas por el Departamento de Economía Aplicada (Estructura Económica) en el Grado en Turismo. Así pues, será necesario un buen aprovechamiento de esta asignatura para poder cursar con éxito el resto de las impartidas por dicho Departamento universitario: Microeconomía y macroeconomía aplicadas al sector turístico, Estructura de los mercados turísticos, Indicadores del sector turístico y Estructura económica del turismo. Por otra parte, todas estas asignaturas utilizan como herramientas las matemáticas, la contabilidad y la estadística, por lo que el alumno encontrará importantes complementariedades entre todas ellas.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

Lección magistral

36



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.2 Analizar la dimensión económica del turismo
- 1.36 Conocer y aplicar los conceptos básicos de la economía

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### LECCIÓN 1ª

Lección 1ª.- Principios básicos.

1. Conceptos básicos.
2. La elección individual: el núcleo de la economía.
3. Interacción: ¿Cómo funcionan las economías?
4. Interacciones en la economía en su conjunto.

Lesson 1.- First principles.

1. First definitions.
2. Individual choice: the core of economics.
3. Interaction: How economies work.
4. Economy: Wide interactions.

##### 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. La frontera de posibilidades de producción.
3. La ventaja comparativa y las ventajas del comercio.
4. El modelo del flujo circular de la renta.
5. Economía positiva versus economía normativa.
6. Causas de las discrepancias entre los economistas.
7. Las representaciones gráficas en economía.

Lesson 2.- Economic models: Trade-offs and trade.

1. Models in economics: Some important examples.
2. Trade-offs: The production possibility frontier.
3. Comparative advantage and gains from trade.
4. Transactions: The circular-flow diagram.
5. Positive versus normative economics.
6. When and why economists disagree
7. Graphic tools in economics.

##### 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.

Lesson 3.- Supply and demand.

1. Supply and demand: A model of a competitive market.
2. The demand curve.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

3. The supply curve.
4. Supply, demand and equilibrium.
5. Changes in supply and demand.

### LECCIÓN 4ª

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

1. Excedente del consumidor y la curva de demanda.
2. Excedente del productor y la curva de oferta.
3. Las ganancias del comercio.
4. Precios máximos.
5. Precios mínimos.
6. Control de cantidades.

Lesson 4.- The market strikes back

1. Consumer surplus and the demand curve.
2. Producer surplus and the supply curve.
3. The gains from trade.
4. Price ceiling.
5. Price floors.
6. Controlling quantities.

### LECCIÓN 5ª

Lección 5ª.- La elasticidad y los impuestos.

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. Costes y beneficios de los impuestos.

Lesson 5.- Elasticity and taxation.

1. Defining and measuring elasticity.
2. Interpreting the price elasticity of demand.
3. Other demand elasticities.
4. The price elasticity of supply.
5. Benefits and costs of taxation.

### LECCIÓN 6ª

Lección 6ª.- 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.

Lesson 6. Behind the supply curve: Inputs and costs.

1. The production function.
2. Two key concepts: Marginal cost and average cost.
3. Short-run versus long-run costs.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas Lección magistral

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades prácticas en aula docente

Resolución de problemas

#### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en aula informática

### Actividades No Presenciales

#### Actividades prácticas

Resolución de problemas

Estudios de casos

#### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Tras cursar la asignatura, los alumnos deberán entender los conceptos y relaciones básicas explicadas a lo largo de las clases teóricas y prácticas. El principal objetivo de la asignatura es lograr que los alumnos sean capaces de aplicar los conceptos y teorías aprendidos a la comprensión de las estrategias de empresas turísticas, de turistas y de otros agentes del sector turístico. Por lo tanto, no sólo se exigirá la memorización y la comprensión de los contenidos de la asignatura, sino que será necesario que el alumno alcance una madurez de conocimiento suficiente que le permita aplicar los conceptos a una gran variedad de situaciones económicas dentro del sector turístico.

Para lograr los objetivos de la asignatura, el alumno deberá aprender los conceptos y tratar de aplicarlos a la resolución de problemas y a la comprensión de situaciones reales. Para conseguir este fin, los profesores plantearán a los alumnos preguntas de reflexión y ejercicios numéricos que se resolverán con ayuda de los conceptos y teorías impartidas durante las clases teóricas. Además, los profesores de la asignatura harán referencia a libros de texto que incluyan suficientes ejercicios y preguntas de reflexión para que ayuden a los alumnos a superar la asignatura. Dados los objetivos planteados, sólo con el trabajo continuado del alumno en el estudio de los contenidos teóricos y en la resolución de ejercicios y casos prácticos, será posible superar la asignatura.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación del alumno se realizará a partir de los resultados de las siguientes pruebas realizadas a lo largo del curso:

1. Pruebas de evaluación continua. Cada alumno recibirá 3 calificaciones como consecuencia de la puntuación que alcance en las siguientes pruebas:

a) En 6 de las 9 clases prácticas (anunciadas por los profesores), cada alumno deberá contestar durante los primeros 10 ó 15 minutos de clase a una serie de preguntas de tipo test en el propio aula donde se imparten las clases prácticas. Las preguntas de estas pruebas serán sobre los ejercicios y las preguntas de tipo test propuestos por los profesores para cada lección, que cada alumno debe haber resuelto previamente. El alumno no dispondrá de tiempo suficiente para volver a hacer todos los cálculos necesarios para contestar a las preguntas de tipo test en los 10 ó 15 minutos de cada prueba, por lo que sólo aquellos alumnos que se hayan esforzado suficientemente en la resolución de los ejercicios y preguntas de tipo test propuestas por los profesores a lo largo del curso, podrán contestar correctamente a las preguntas de estas pruebas realizadas en las clases prácticas. Al final del curso, se calculará la media aritmética de todas las puntuaciones obtenidas en estas pruebas, a partir de la cual se obtendrá el 10% de la calificación final del alumno. Si un alumno no realiza alguna de estas pruebas, su calificación en dicha prueba será un cero sea cual sea la razón de su ausencia a la prueba, por lo que este cero le contará a la hora de calcular su media aritmética. Ahora bien, si un alumno no realiza 3 o más de estas pruebas, se le asignará una media aritmética total de cero puntos en este componente de su evaluación sea cual sea la razón de la no realización de las pruebas. Cada una de estas pruebas constará de 5 preguntas de tipo test.

b) Entre la décima y la duodécima semana de clases, en una fecha previamente anunciada por los profesores de la asignatura, cada alumno realizará una prueba fuera del aula que constará de 10 preguntas de tipo test sobre el contenido teórico y práctico de las 3 primeras lecciones. En esta ocasión, se dispondrá de 1 hora para realizar la prueba, tiempo suficiente para hacer todos los cálculos y reflexiones necesarios para contestar a todas las preguntas de tipo test. A partir de la puntuación de esta prueba, se obtendrá el 10% de la calificación final del alumno. Si un alumno no realiza esta prueba, su puntuación en la misma será un cero, sea cual sea la razón de su ausencia.

c) En la última semana de clases, en una fecha previamente anunciada por los profesores de la asignatura, cada alumno realizará una prueba fuera del aula que constará de 10 preguntas de tipo test sobre el contenido teórico y práctico de las 3 últimas lecciones. Una vez más, el alumno dispondrá de 1 hora para realizar la prueba, tiempo suficiente para hacer todos los cálculos y reflexiones necesarios para contestar a las preguntas de tipo test. A partir de la puntuación de esta prueba, se obtendrá el 10% de la calificación final del alumno. Si un alumno no realiza esta prueba, su puntuación en la misma será un cero, sea cual sea la razón de su ausencia.

2. Examen final. Se realizará una prueba final en la fecha y aulas previamente anunciadas en el calendario oficial de exámenes de la Facultad de Turismo. Esta prueba constará de 20 preguntas de tipo test y versará sobre el contenido teórico y práctico de las 6 lecciones del programa oficial de la asignatura. Cada alumno dispondrá de 2 horas para realizar el examen. La puntuación obtenida en el examen final representará el 70% de la calificación final. Si un alumno no realiza el examen final, la calificación que le constará en Actas será "No Presentado".

Todas las preguntas de las pruebas de tipo test realizadas por los alumnos tendrán 4 respuestas posibles, pero sólo una respuesta correcta. Cada respuesta incorrecta se penalizará con un tercio de la puntuación correspondiente a una respuesta correcta, mientras que una pregunta sin respuesta se valorará con 0 puntos.

NOTA: CADA ALUMNO MANTENDRÁ SUS PUNTUACIONES DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (APARTADO 1 ANTERIOR) SÓLO PARA LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA. PARA EL RESTO DE CONVOCATORIAS, EL EXAMEN FINAL (APARTADO 2 ANTERIOR) REPRESENTARÁ EL 100% DE LA CALIFICACIÓN FINAL DEL ALUMNO. Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante. Se calificará con "Matrícula de honor" a aquellos alumnos que alcancen la mayor puntuación total del curso siempre y cuando tengan más de 9 puntos de nota final.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Each student evaluation will be carried out using the results of the following tests through out the course:

1. Ongoing evaluation tests: Each student will get 3 gradings as a result of the points gained in the following tests:

- a) In six out of ten practical classes (previously announced by Lecturers), each student will have to answer 5 multiple choice questions during the first 10 or 15 minutes of each class. These questions will be about the exercises and multiple choice questions previously proposed by Lecturers for each lesson. The students do not have enough time to redo all the calculations to answer the questions during the test, so only those students who have solved all the exercises and multiple choice questions proposed by Lecturers will be able to pass these tests. At the end of the course, the arithmetic average of all these gradings will be calculated, and this average will account for a 10% of each student's final mark. If a student does not take some of these tests, his/her grading will be equal to zero whatever the reason for his/her absence. Moreover, if a student does not take 3 tests or more, his/her total grading in this ongoing evaluation component will be equal to zero whatever the reason for his/her absence. Each test will consist of 5 multiple choice questions.
- b) Between the tenth and the twelfth week of classes, at a date previously announced by Lecturers, each student will take a test outside the classroom, which will consist of 10 multiple choice tests on the theoretical and practical content of the first 3 lessons. On this occasion, the student will have 1 hour to answer the questions, which is enough time to do all the necessary calculations. The grading of this test will account for 10% of each student's final mark. If a student does not take this test, his/her grading will be equal to zero whatever the reason for his/her absence.
- c) In the last week of classes, at a date previously announced by Lecturers, each student will take a test outside the classroom, which will consist of 10 multiple choice tests on the theoretical and practical content of the last 3 lessons. Once again, the student will have 1 hour to answer the questions, which is enough time to do all the necessary calculations. The grading of this test will account for 10% of each student's final mark. If a student does not take this test, his/her grading will be equal to zero whatever the reason for his/her absence.

2. Final test. Each student must take the final exam at the date and in the classrooms previously announced in the official calendar of the Tourism Faculty. This test will consist of 20 multiple choice questions on the theoretical and practical content of all the lessons of the official program of the subject. Each student will have 2 hours to answer the questions and the grading of this test will account for 70% of the final mark. If a student does not take the final exam, his/her final mark will be "Not present".

All the multiple choice questions will have 4 possible answers, but only one will be correct. Each incorrect answer will be penalized with one third of the valuation assigned to a correct one, whereas a question with no answer will be valued with zero points.

NOTE: EACH STUDENT WILL CONSERVE HIS/HER GRADINGS OF THE ONGOING EVALUATION TESTS (SECTION 1 ABOVE) FOR THE FIRST OFFICIAL SITTING. HOWEVER, FOR THE REST OF OFFICIAL SITTINGS, THE FINAL EXAM (SECTION 2 ABOVE) WILL ACCOUNT FOR 100% OF THE FINAL MARK. ATTENDANCE FOR PART-TIME STUDENTS COULD BE MORE FLEXIBLE IF THEY JUSTIFY THEIR ABSENCE PROPERLY. THOSE STUDENTS WITH THE BEST FINAL MARKS WILL GET "DISTINCTION" PROVIDED THAT THEY HAVE 9 POINTS OR MORE IN THEIR TOTAL GRADINGS.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Apuntes de Metodología de la investigación en turismo; B.5. OMT; Themis; 2002
- Cuestiones de tipo test de Introducción a la Economía (330 CUE); B.1. CARRASCO, A. y OTROS; Addison Prentice Hall; 2004
- Essentials of economics; KRUGMAN, P. WELLS, R. y GRADDY, K.; Worth Publishers; 2010; Second edition, [www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney)
- Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P. WELLS, R. y GRADDY, K.; Reverté; 2013; [www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney)
- <http://www.andaluciaturismodigital.com/>; C.97. ANDALUCÍA TURISMO DIGITAL
- <http://www.consumo-inc.es/>; C.7. INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO (INC) <http://www.etc-corporate.org/>; C.2. EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC): <http://www.exceltur.org/>; C.93. EXCELTUR Alianza para la excelencia turística <http://www.hosteltur.com/>; C.94. HOSTELTUR. <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>; C.5. INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (IET) <http://www.ine.es/>; C.6. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/>; C.91. INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>; C.8. CONSEJERÍA DE TURISMO <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/investigador/comun/estadisticasInicio.jsp>; C.92. ESTADÍSTICAS DEL TURISMO PARA ANDALUCÍA <http://www.mcx.es/>; C.4. SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO <http://www.traveldailynews.com/>; C.95. DAILY NEWS FOR THE INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM INDUSTRY <http://www.turismoandaluz.com/>; C.9. TURISMO ANDALUZ. <http://www.turismo2020.es/>; C.96. PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020. <http://www.unwto.org/index.php>; C.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) <http://www.wttc.org/>; C.3. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTTC)
- Introducción a la Economía para el Turismo. Casos prácticos y ejercicios; B.2. CASTEJON, R. y otros; Prentice-Hall; 2003 [www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney](http://www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney); A.2. página Web de Krugman/Wells/Olney

#### Complementaria

- Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 1.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 2.  
 Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 3.  
 Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 4.  
 Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 5.  
 Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 6.  
 Essential of economics; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2010; Chapter 7.  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2008; pp. 238-269  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 23-62.  
 Fundamentos de Economía.; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 1-21.  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 133-167  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 169-196  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 197-224  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 63-96.  
 Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M; Reverté; 2013; pp. 97-131  
 Microeconomía; Stiglitz, J. E.; Ariel Economía; 2006; Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8.  
 Principles of microeconomics; Stiglitz, J. E.; W.W. Norton and Norton Company; 2005; Chapters 1, 2, 3, 4, 6, 7.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Resolución de problemas	7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática	2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Organización y Gestión de Empresas
<b>Código:</b>	104
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Empresa
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	aigaspar@uma.es	952133268	12 TURISMO - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00, Lunes 13:00 - 14:00, Lunes 16:00 - 17:00, Jueves 12:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 13:00
MANUEL SUAREZ CEBADOR	suarez_c@uma.es	952446502	-	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se recomienda que asistan a clase los alumnos todos los días. En caso de faltar a clase el día que se haga la prueba de la semana 9, el alumno no podrá realizarla en otro momento, ese día sí es obligatoria la asistencia a clase si no quiere perder el punto con que se califica dicha prueba.

### CONTEXTO

Se trata de una asignatura que se imparte en el 1º semestre del 1º curso del grado en la que se ofrecen unos conceptos básicos sobre organización y gestión de empresas y sobre los distintos subsistemas que integran la empresa.

En otras asignaturas que cursarán los alumnos posteriormente, se ampliarán los conocimientos sobre los distintos subsistemas empresariales tales como el subsistema de comercialización en las asignaturas de Marketing, el de recursos humanos en la asignatura Administración de los Recursos Humanos en el sector turístico y subsistema de producción en la asignatura Gestión de la producción y de la Calidad en turismo.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.10 Gestionar los recursos financieros
- 1.12 Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas
- 1.34 Conocer y aplicar los conceptos básicos de la dirección de empresas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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 SUSBSISTEMA 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Otras actividades expositivas

#### Actividades prácticas en aula docente

- Resolución de problemas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con las lecciones magistrales y otras actividades expositivas (cuestiones de debate y comentar noticias de actualidad relacionadas con los contenidos de la asignatura), los problemas resueltos en clase y el caso práctico a realizar por el alumno, de acuerdo con la bibliografía básica recomendada, se pretende que el alumno adquiera las competencias especificadas en esta asignatura. La corrección de las pruebas para evaluar al alumno se corresponde con lo explicado en clase utilizando la bibliografía básica recomendada.

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

En la 1ª convocatoria ordinaria el proceso de evaluación será el siguiente:

- AEP1.5. Examen final: 80% de la calificación de la asignatura. El examen constará de dos preguntas de desarrollo que se corresponde con los epígrafes del programa que puntúa cada una con 3 puntos, y un problema que se corresponde con los resueltos en las clases prácticas que puntúa 2 puntos.
- AENP1.1. Prueba on line. 10% de la calificación de la asignatura. Caso práctico a realizar en grupos de máximo 5 alumnos que se entregará la semana 14 a través de la plataforma virtual. Puntúa 1 punto.
- AEP1.8. Otras. 10% de la calificación de la asignatura. Prueba tipo test sobre la parte práctica de la asignatura a realizar la semana 9. Puntúa 1 punto.

En todas las demás convocatorias el proceso de evaluación será el siguiente:

- AEP1.5. Examen final: 100% de la calificación de la asignatura. El examen constará de dos preguntas de desarrollo que se corresponden con los epígrafes del programa y que puntúan 3,5 puntos cada una y de un problema que se corresponde con los resueltos en las clases prácticas que puntúa 3 puntos. Para obtener Matrícula de Honor habrá que tener el alumno una calificación de 10. En caso de que existan más alumnos con esta calificación que el número de Matrículas de Honor que se pueden conceder, los alumnos con calificación 10 que deseen obtener Matrícula de Honor deberán realizar un trabajo relacionado con los contenidos de la asignatura que le indicará su profesor, obteniendo la calificación de Matrícula de Honor los que entreguen los mejores trabajos.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Dirección y gestión de empresas del sector turístico.(4ª edición). Madrid: Pirámide; Martín Rojo, I.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	30	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resolución de problemas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otras actividades expositivas	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo
<b>Código:</b>	105
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Informática para la gestión turística
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Informática para la gestión turística
<b>Experimentalidad:</b>	69 % teórica y 31 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	turismo.cv.uma.es

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	jlo@uma.es	9521336622	24 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Viernes 17:00 - 19:00, Martes 19:00 - 21:00 Segundo cuatrimestre: Martes 16:00 - 20:00
IVAN M. GOMEZ GALLEGO	igomez@uma.es	952133304	-	
ELOY PEÑA RAMOS	eloy@uma.es	952611166	-	
FRANCISCO EMILIO LOPEZ VALVERDE	felopez@uma.es	952137151	3.2.33 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

No existe ninguna recomendación inicial, pero en el caso de alumnos que no han cursado en Secundaria, Bachillerato o Ciclos formativos asignaturas relacionadas con las TICs, sería adecuado ponerse en contacto con el profesor para que este le oriente sobre tareas iniciales a trabajar.

### CONTEXTO

La temática de la asignatura corresponde a la materia Informática para la gestión turística, y se pretende ofrecer un enfoque en el cual el alumno sea capaz de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para resolver problemas que pueden plantearse en el ámbito turístico.

Se pretende que los estudiantes perciban una visión global de la asignatura, su coherencia y su importancia con

el resto de materias que forman el conjunto de la titulación (Estadística, Análisis económico, etc.)

El enfoque de la asignatura es teórico-práctica ofreciendo estrategias y técnicas orientadas a la resolución de problemas basados en situaciones reales que pueden presentarse en el ámbito turístico.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.24** Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral Explicación detallada del temario, casos prácticos y de los ejercicios propuestos por los profesores

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas Realización en las aulas de informática de prácticas presenciales que hagan comprender el temario

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades de elaboración de documentos

Elaboración de informes Se propondrán tareas a resolver como complemento a las clases presenciales

##### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Resultados de aprendizaje y Criterios de evaluación:

- Sepan conocer y aplicar las TIC en distintos ámbitos del sector turístico.
- Conocer y manejar aplicaciones ofimáticas integradas.
- Conocer los principios básicos de las TICs
- Conocer los principios básicos de las Centrales de Reservas (CRS-Computerized Reservation System)
- Conocer los principios básicos de los Sistemas Globalizados de distribución (GDS-Global Distribution Systems)

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

A) Tipo y número de pruebas

a.1.) Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula.

- Las prácticas presenciales en el aula de informática/laboratorio. El número de prácticas serán 10 y su entrega en el campus virtual en clase tendrá una valoración máxima de un 10% de la calificación

- Las actividades complementarias. Corresponderán un trabajo teórico-práctico relacionado con el ámbito turístico y las TICs. Corresponde con una valoración máxima de un 10% de la calificación.

TOTAL CALIFICACIÓN=20% calificación

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 realizará una prueba individual en la fecha de la convocatoria oficial.

Componente de la calificación final: 80%

Constará de dos partes:

- Un test que representa el 30% de la calificación final en la que se deberá demostrar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos en la asignatura.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

b) Una prueba práctica que representa un 50% de la calificación final en la que se deberán resolver problemas 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.

Durante el curso se realizarán cuatro controles teórico-prácticos no obligatorios. En caso de superarlos todos con una nota superior al 50% de la asignada a cada uno de ellos, el alumno/a quedaría exento de realizar el examen final. En este caso, se tomará como calificación del examen final la media ponderada de la calificación de estos cuatro controles. En el caso de no superar alguna de estos 4 controles, el alumno realizara la prueba completa en la fecha de la convocatoria oficial, no tomándose en consideración las calificaciones obtenidas en los controles.

En la segunda convocatoria ordinaria (Septiembre) se conserva el 20% correspondiente a la evaluación continua, teniendo que realizar la prueba individual valorada con el 80% de la calificación final.

En la convocatoria extraordinaria de repetidores (Junio) se realizará una prueba individual que corresponde con el 100% de la calificación final.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### B) Criterios de evaluación

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 se valorará con la entrega de prácticas durante las clases en el campus virtual.

### C) Componentes para la calificación final:

Evaluación continua: 2 puntos

Prueba individual: 8 puntos

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

- Cómo funciona Internet; Preston Gralla; Anaya Multimedia; 2007
- Del 1.0 al 2.0 Claves para entender el nuevo marketing; Burgos, Enrique et al.; Bubok publishing; 2009
- Domine Microsoft Excell; Pérez, César; RA-MA.; 2007
- Elementos básicos de comercio electrónico; Kaba, Ibrahim; Universitaria; 2008
- Excel 2007. Manuales fundamentales; Macdonald, Matthew; Anaya Multimedia; 2007
- Informática aplicada a la gestión de la empresa; Guevara, A et al.; Piramide; 2004
- Informática Básica; Alcalde, Eduardo; McGraw Hil; 2006
- Introducción a la Informática; García, Silvia; Guías Visuales. Anaya Multimedia.; 2005
- Introduccion a las redes 2003; McMahon, Richard; Anaya Multimedia; 2003
- Sistemas Informáticos aplicados al Turismo.; Guevara, et. al.; Ed. Piramide; 2009
- Sistemas Operativos; Joyanes, Luis; Prentice Hall; 2001
- SmartSuite. Edición Millennium; González Mangas, A. González Mangas, G.; Paraninfo; 2004
- Tourism Distribution Channels. Prectices, issues and trasformations; Buhalis Dimitrios., Laws Eric; Continum; 2001

## DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas Realización en las aulas de informática de prácticas presenciales que hagan comprender el temario	13,9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lección magistral Explicación detallada del temario, casos prácticos y de los ejercicios propuestos por los profesores	31,1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Alemán Aplicado al Turismo I
<b>Código:</b>	106
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA ALEMANA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: M BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	mbrodriguez@uma.es	952133260	-	
UWE MANFRED DAUM	ud@uma.es	952133260	-	
CHRISTINE ROSA WOLLSTADTER	cwollstadter@uma.es	952132300	-	Primer cuatrimestre: Viernes 16:30 - 17:30, Lunes 16:00 - 18:30, Martes 16:30 - 17:00, Jueves 18:30 - 20:00, Jueves 16:30 - 17:00
MARIA JOSE TORRES NAVARRO	mjtorres@uma.es		-	Primer cuatrimestre: Martes 15:30 - 18:30, Jueves 15:30 - 18:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>1.13</b> | Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero  |
| <b>1.17</b> | Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera o refuerzo de una de las anteriores |
| <b>1.29</b> | Trabajar en medios socioculturales diferentes  |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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)

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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

### 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

### 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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 5 tareas escritas (10%).

Tipo de evaluación      Componente de la calificación

Prueba individual: 10  
TOTAL CALIFICACIÓN: 10

### PROCEDIMIENTO DE 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

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 5 tareas escritas (10%).

Tipo de evaluación      Componente de la calificación

Prueba individual: 10  
TOTAL CALIFICACIÓN: 10

Observaciones:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

**A. Evaluación** del alumnado con reconocimiento de estudiante a tiempo parcial o de deportista universitario de alto nivel:

Los estudiantes podrán optar a examinarse en primera convocatoria ordinaria según la evaluación para la 2ª convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias, realizando en la prueba final un refuerzo en la parte de gramática hasta alcanzar el 45% en esta destreza. Los alumnos que se encuentren en estas situaciones deben comunicarlo al profesorado a principio de curso.

**B. Matrícula de honor**

En el caso de que haya más alumnos aspirantes a Matrícula de honor que las que permita la normativa se realizará entre los mismos un examen adicional con el fin de establecer quienes pueden obtener dicha calificación final.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Barcelona: Vecchi; Müller, I. 2009.
- Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen. 8ª edición revisada y actualizada. Berlin: Gruyter.; Dornseiff, F. y Quasthoff, U. 2004.
- Diccionario de las lenguas española y alemana. (2 Tomos) Barcelona: Herder.; Slaby, R.J. y Grossmann, R. 1994.
- Diccionario fraseológico español y alemán. Barcelona: Serbal.; Nedwed, S. y Nedwed, C. 2009.
- Escribir cartas alemán : los principales recursos para la correspondencia profesional y privada, con ejercicios y modelos de cartas. Océano.; Karlson, L. y Karlson, L. 2001.
- Gramática alemana. Espasa-Calpe, S.A.; Pineda Benedicto, J.A. 2008.
- Gramática de la lengua alemana : explicaciones y ejemplos . Madrid: Idiomas.; Castell Vicente, A. 2008.
- Gramática del estudiante alemán : los 100 puntos esenciales de la gramática alemana, con ejemplos en alemán y en español. Océano.; Grumbach, E. 2003.
- Langenscheidts Grosswörterbuch Deutsch als Fremdsprache. München: Langenscheidt.; Götz, D. y Haensch, G. 1993.
- Mejora tu alemán. Ejercicios prácticos. Barcelona: Vecchi.; Eger, K. 2006.
- Programm, alemán para hispanohablantes. Libro de ejercicios. Barcelona: Herder.; Corcoll, R. y Corcoll, B. 2006.
- Verbos alemanes: diccionario de conjugación y complementación. Diccionario de mas de 5000 verbos.; Brauce, B., Castell, V. A. 2002.
- Vokabel : ejercicios de vocabulario básico de alemán: nivel inicial. [Recurso electrónico]. Universidad Europea de Madrid-CEES. Madrid: Universidad de Madrid.; García Gavín, S. 2000.

#### Complementaria

- Das Tourismus-Lexikon. 5ª ed. revisada. Nidecken: Tourcon.; Schroeder, G. 2007.
- Einführung in den Tourismus. Munich: Oldenbourg; Mundt, J. 2001.
- Lexikon Tourismus: Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger Oldenbourg: Wissenschaftsverlag.; Fuchs, W. ; Mundt, J.W. y Zollondz, H-D. 2008.
- Tourismus. Munich: Oldenbourg.; Mündt, J. 2006.
- Zur Orientierung. Deutschland in 30 Stunden. Isamning: Hueber; Gaidosch, U. y Müller, C. 2006

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>L HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Francés Aplicado al Turismo I
<b>Código:</b>	107
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA FRANCESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA DEL CARMEN CORTES ZABORRAS	ccortes@uma.es	952131788	421 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Jueves 10:00 - 14:00, Lunes 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 12:00 - 14:00, Jueves 10:30 - 12:00, Jueves 13:30 - 14:30, Miércoles 10:30 - 12:00
Mª BLANCA GOMEZ GARCIA DE SOLA	mbgomez@uma.es	952132472	D-2.46 - FAC. DE CC. DE LA EDUCACIÓN	Primer cuatrimestre: Lunes 13:30 - 15:00, Jueves 13:30 - 15:00, Miércoles 10:30 - 12:00, Jueves 10:30 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 14:00 - 16:00
ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	afernandez@uma.es	952133261	11 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Viernes 17:00 - 19:00, Jueves 16:00 - 17:00, Jueves 19:00 - 20:00
JOSE CRISTOBAL PEREZ HERNANDEZ	josecristobal@uma.es	952132472	-	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.13** Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
- 1.17** Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera o refuerzo de una de las anteriores
- 1.29** Trabajar en medios socioculturales diferentes

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Discriminar los sonidos vocálicos y consonánticos del francés.

Presentarse y presentar a alguien en el ámbito laboral.

Responder, entablar y mantener una conversación telefónica sobre asuntos profesionales.

Escribir un correo electrónico en francés.

Presentar un curriculum vitae en francés

Distinguir las diferentes ocupaciones de los profesionales del turismo en el ámbito francófono.

Acoger e informar a los clientes francófonos de servicios turísticos.

Vender billetes de viaje en francés.

Presentar un programa de animación.

En prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas referidas a los niveles considerados entre los superiores del A1 y los

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

inferiores del A.2.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

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

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10 %

TOTAL CALIFICACION: 6

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 %.

TOTAL CALIFICACION: 10

Para el alumnado a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

; Diccionarios

; Gramáticas, libros de ejercicios y manuales

Civilisation progressive du français. Niveau débutant. París: CLE International.; CARLO, C. y CAUSA, M. (2003):

Civilisation progressive du français. París: CLE International.; STEELE, R. (2002):

Conjugaison progressive du français avec 400 exercices. París: Clé international.; BOULARÈS, M. (2001):

Dictionnaire des synonymes et nuances. París: Le Robert.; LE FUR, D. (dir.) (2005):

Dictionnaire du français : référence apprentissage. París: Le Robert, CLE International.; REY-DEBOVE, J. (dir.) (1999):

Exercices audio de grammaire : Niveau intermédiaire. París: Clé international.; GRÉGOIRE, M. y KOSTUCKI, A. (2005):

Gramática esencial de francés. París: Larousse.; MONNERIE, A. y FERNÁNDEZ-BALLON, M. (1994):

Grammaire : savoir-faire. [Adaptada al español]. Barcelona : Vicens-Vives.; PARODI, L. y VALLACCO, M. (2003):

Grammaire en dialogues : niveau débutant. París: Clé international.; MIQUEL, C. (2005):

Grammaire expliquée du français. París: Clé international.; POISSON-QUINTON, S. et al. (2002):

Grammaire progressive du français: intermédiaire. París: Clé international.; GRÉGOIRE, M. y THIEVENAZ O. (1995):

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Grammaire progressive du français. Niveau débutant : avec 400 exercices. Corrigés. París: Clé international.; GRÉGOIRE, M. (2004):  
 Gran diccionario Español-Francés / Francés-Español. París: Larousse.; GARCIA-PELAYO, GROSS R. y TESTAS J. (1999):  
 La conjugaison. París: Nathan.; Le Robert & Nathan (1996):  
 La grammaire. París: Nathan.; Le Robert & Nathan (1995):  
 Le français de la communication professionnelle. París: Clé international.; DANILO M., PENFORNIS J-L. (1993):  
 Le français de l'hôtellerie et du tourisme. París: Hachette.; DANY, M. y LALOY, J-R. (1993):  
 Le nouveau dictionnaire des difficultés du français. Louvain la Neuve: De Boek / Duculot.; HANSE, J. y BLAMPAIN, D. (2000):  
 Le Robert. París: Le Robert.; REY, A.(dir.) (1998):  
 Le vocabulaire. París: Nathan.; Le Robert & Nathan (1995):  
 Les exercices de grammaire : niveau A1. París : Hachette Livre.; AKYÜZ, A. et al. (2005):  
 Les exercices de grammaire : niveau A2. París : Hachette Livre.; AKYÜZ, A. et al. (2006):  
 Les métiers du tourisme. Cours de français. París: Hachette.; CHANTELAUVE, O. et al. (1991):  
 Lexis : Larousse de la langue française. París: Larousse.; DUBOIS, Jean (dir.) (2002):  
 Panorama 1: cahier d'exercices. París: Clé international.; GIRARDET, J. y CRIDLIG J-M. (2000):  
 Phonétique. Exerçons-nous. 350 exercices avec 6 cassettes. París: Hachette.; ABRY, D. y CHALARON, M.-L. (1994):  
 Tourisme.com. Méthode de français professionnel du tourisme. París: Clé international.; CORBEAU, S., DUBOIS, CH. y PENFORNIS, J.-L. (2004):  
 Une grammaire d'aujourd'hui. Toulouse: SEDRAP.; CHARMEUX, É. (2001):

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Gestión del Patrimonio Cultural
<b>Código:</b>	108
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Patrimonio
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Patrimonio
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** HISTORIA DEL ARTE  
**Área:** HISTORIA DEL ARTE

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: EDUARDO ASENJO RUBIO	ear@uma.es	952132209	F-4 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
EVA MARIA RAMOS FRENO	emramos@uma.es	952132145	F-6 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Martes 09:30 - 10:30, Miércoles 10:30 - 13:30, Viernes 11:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Martes 11:00 - 13:00, Miércoles 19:00 - 20:00, Jueves 17:00 - 19:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

1.31 Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

UNIDAD 1 ¿Qué es el Patrimonio Cultural? Evolución del concepto de Patrimonio Histórico y Cultural.

UNIDAD 2 Los valores del Patrimonio Cultural: Identificación y selección

UNIDAD 3 Aspectos básicos de la legislación en materia de Patrimonio Cultural en el ámbito estatal y autonómico, aplicado al turismo

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? Historia de la Gestión del Patrimonio Cultural en Andalucía. De los Planes Generales de Bienes Culturales a las Industrias Culturales

UNIDAD 6 ¿Cómo se gestionan los centros históricos desde el ámbito del turismo? Accesibilidad. Peatonalización. Identificación y selección de itinerarios y recorridos urbanos.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.

### PROCEDIMIENTO DE 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.

La prueba individual representa 8 puntos de un total de 10. Las dos pruebas prácticas representan dos puntos, una cada una.

Para aprobar la asignatura el alumno tiene que obtener un 5 en el examen, y sólo se sumarán los 2 puntos de la práctica una vez obtenido los 5 puntos de teoría.

Los alumnos de las convocatorias extraordinarias tendrán que presentar el día del examen las dos prácticas que previamente habrán consultado con el profesor para poder obtener los 2 puntos de prácticas.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

Tipo de actividad a evaluar	Tipo de prueba*	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
Teoría escrita		1	8
Aplicaciones de la teoría			
Problemas/Ejercicios			
Resolución de casos		2	2
Prácticas en aulas de informática/laboratorio			
Trabajos dirigidos			
Actividades complementarias (optativas)	A través del campus virtual		
TOTAL CALIFICACION	Mínimo 5 puntos sobre un total de 10		

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- Básica**
- ; 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

**Complementaria**

- ; BENAVIDES SOLÍS, J.: Diccionario razonado de bienes culturales, Padilla, Sevilla, 1998
- ; BONET, L. (2001). Gestión de proyectos culturales: análisis de casos

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- ; 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,

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	11,7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Introducción a la Estadística
<b>Código:</b>	109
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Estadística
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://campusvirtual.cv.uma.es">http://campusvirtual.cv.uma.es</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	bemarlo@uma.es	952131157	1-1-14 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Lunes 14:00 - 17:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 14:00 - 17:00, Lunes 15:00 - 16:00, Viernes 15:00 - 17:00
MARIA DOLORES SARRION GAVILAN	dsarrion@uma.es	952131205	2105 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 15:00, Martes 12:00 - 15:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 12:00, Jueves 12:00 - 14:00, Martes 12:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### RECOMENDACIONES PARA SUPERAR CON ÉXITO LA ASIGNATURA

\* Estudiar la asignatura diariamente, teniendo en cuenta que son fundamentales:

- la comprensión de los conceptos y técnicas
- la memorización paulatina de las fórmulas

\* Utilizar con soltura la calculadora científica básica para la resolución de ejercicios.

\* Hacer uso de las tutorías individuales, presenciales o virtuales, para resolver poco a poco las dudas que vayan surgiendo a lo largo del semestre. No esperar para acudir a ellas días antes de la prueba final obligatoria.

\* Trabajar individualmente la asignatura virtual. La calificación obtenida en las actividades voluntarias será un indicativo, tanto para el alumno como para el profesor, del grado de comprensión de la asignatura en lo que corresponde a la actividad propuesta.

### CONTEXTO

En el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado en Turismo por la Universidad de Málaga, la asignatura Introducción a la Estadística se ubica en el módulo de formación básica en Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, figura como asignatura obligatoria y está incluida en la materia de Estadística, que se considera materia básica en los planes de estudio relacionados con las Ciencias Sociales, como es el caso del Grado en Turismo.

En la asignatura Introducción a la Estadística se presentan los fundamentos del análisis estadístico de datos a nivel descriptivo. Se pretende que el estudiante conozca los conceptos, técnicas y herramientas más usuales en el campo de la Estadística Descriptiva, con el objetivo de introducirlo en el razonamiento estadístico y dotarlo de la capacidad para analizar e interpretar la información de carácter estadístico que se genera en el ámbito del sector turístico.

Tras una breve introducción a la asignatura, se aborda la descripción gráfica y analítica de datos estadísticos unidimensionales, tanto cuantitativos como cualitativos. Se prosigue con el análisis descriptivo de la relación de dependencia lineal entre dos variables cuantitativas, correlación y regresión lineal. Se introducen, también, el análisis descriptivo de las series temporales con fines predictivos, así como, sintetizar y analizar la evolución temporal de fenómenos complejos mediante la metodología de números índices. Por último, se revisa la producción estadística de los principales Organismos emisores de estadísticas relativas al sector turístico en España.

Competencias genéricas o transversales:

- \* Capacidad de análisis y síntesis
- \* Comunicación oral y escrita en lengua española

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- \* Resolución de problemas
- \* Capacidad de trabajo en equipo
- \* Razonamiento crítico
- \* Compromiso ético
- \* Aprendizaje autónomo
- \* Adaptación a nuevas situaciones

Competencias específicas:

- \* Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica (C1 LBGT)
- \* Comprender la dimensión estadística del turismo
- \* Analizar la dimensión económica del turismo (C2 LBGT)
- \* Análisis estadístico de la información contenida en las fuentes estadísticas disponibles
- \* Convertir un problema empírico en un objeto de estudio y análisis y elaborar conclusiones (C3 LBGT)
- \* Conocer y saber aplicar los conceptos básicos de la estadística (C35)

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1</li> <li>1.2</li> <li>1.5</li> <li>1.35</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica</li> <li>Analizar la dimensión económica del turismo</li> <li>Convertir un problema empírico en un objeto de estudio y análisis y elaborar conclusiones</li> <li>Conocer y aplicar los conceptos básicos de la estadística</li> </ul> |
|---|--|

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

#### ANÁLISIS 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.

#### ANÁLISIS 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades de discusión, debate, etc.

Participación en foros

Participación en chat

##### Actividades de documentación

Búsqueda bibliográfica/documental

Realización de glosarios

##### Actividades prácticas

Resolución de problemas

##### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### METODOLOGÍA:

##### 1. ACTIVIDADES PRESENCIALES

Los contenidos correspondientes a la asignatura se impartirán mediante clases teóricas y clases prácticas. Las clases teóricas se impartirán en grupo grande e incluirán ejemplos ilustrativos de los conceptos o técnicas que se aborden en cada sesión. Para la exposición se utilizarán, además de la pizarra, y si el profesor lo considera necesario, transparencias, presentaciones, apuntes de clase, etc. Las clases prácticas se impartirán tanto en grupo grande como en grupo reducido. Esto último fomentará la participación activa de los estudiantes y su aprendizaje. Estas clases estarán basadas en la resolución, por parte de los alumnos, de relaciones de ejercicios que deberán trabajar con antelación a las clases. Los enunciados de los ejercicios estarán basados, preferentemente, en datos del sector turístico procedentes de fuentes estadísticas oficiales.

##### 2. ACTIVIDADES VIRTUALES

Se utilizará la asignatura ubicada en el Campus Virtual de la UMA (<http://www.campusvirtual.cv.uma.es/>) para poner a disposición del alumno material de apoyo, que le permita un mejor aprovechamiento de las clases presenciales y le facilite el aprendizaje de la asignatura. Esta asignatura virtual se utilizará, además, como medio de información sobre cuestiones relativas a la asignatura (plazos de entrega, horario de tutorías, programa, criterios de evaluación, etc.). Permitirá la comunicación fluida entre profesor y alumno, mediante el uso de foros, Chat y correo interno, y formará parte, no sólo del proceso formativo, sino también de la evaluación del estudiante. Para ello, los alumnos tendrán que realizar dos cuestionarios de carácter teórico-práctico que serán evaluados como actividades propuestas por el profesor: uno relativo a descripción de una variable y utilidad de los números índices y otro relativo al análisis estadístico de la distribución conjunta de dos variables y al análisis descriptivo de componentes de series temporales. Por último, queremos indicar que esta vía nos parece la idónea para conocer la opinión de los estudiantes, de forma anónima, sobre su aprovechamiento de las clases y sobre la labor del docente. Por ello, si el profesor lo considera oportuno, incluirá encuestas con esa finalidad.

##### 3. TUTORÍAS

Además de las horas de tutoría presenciales, que el profesor dará a conocer al alumno al principio del semestre y que se encuentran publicadas en las páginas Web del Centro y de la asignatura, se fomentará la utilización de la tutoría electrónica a través del correo de la asignatura virtual o del correo electrónico del profesor.

##### 4. ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS

Los alumnos que lo deseen podrán:

- \* Realizar los casos prácticos propuestos en clase mediante la utilización de ordenadores, disponibles para ellos en el aula de informática.
- \* Realizar los cuestionarios voluntarios propuestos por el profesor en la asignatura virtual.
- \* Participar en debates relativos a cuestiones de la asignatura en los foros de la asignatura virtual.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula. 20% de la calificación final

Actividad a evaluar	Tipo de prueba	Número de pruebas
* Teoría, aplicaciones de la Teoría y resolución de ejercicios	Cuestionario online	2
		50% ( 1 punto)

Se ofrecerá al alumno material para la realización de las actividades . Actividades no recuperables.

Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos de la asignatura, así como el correcto empleo del lenguaje. 80% de la calificación final.

Descripción de la prueba final :de caracter individual y de contenido teorico-práctico.

#### 2. Criterios de corrección

La corrección de la prueba individual se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía básica propuesta y las explicaciones de clase.

#### 3. Componentes para la calificación final en la convocatoria de junio.

Evaluación continua 2 puntos

Prueba individual 8 puntos

TOTAL CALIFICACIÓN 10 puntos

#### 4. EVALUACIÓN EN LA 2ª CONVOCATORIA ORDINARIA Y EN LA EXTRAORDINARIA.

El sistema de evaluación será el mismo en las dos convocatorias ordinarias de cada curso académico. En el caso de las convocatorias extraordinarias el sistema de evaluación será el de la convocatoria ordinaria del curso anterior.

Las actividades de los alumnos (resolución de cuestionarios, ejercicios-casos prácticos, participación activa) no son recuperables, por lo que la puntuación obtenida en las mismas se mantendrá vigente para la segunda convocatoria ordinaria del curso y para las extraordinarias del curso siguiente.

En relación a la evaluación de los estudiantes a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa aprobada en Consejo de Gobierno de 21 de julio de 2011 y a su concreción por la Comisión de Ordenación Académica de la Facultad de Turismo.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Boletín de Indicadores Turísticos de Andalucía; Consejería de Turismo y Deporte; Junta de Andalucía

Boletín Trimestral de Coyuntura; Instituto Nacional de Estadística (INE)

Estadística. Bosch, 1991; Freedman, Pisani, Purves y Adhikari

Estadística descriptiva . Editorial Mc Graw Hill, Madrid 2012 . Sarrion Gavilan Mª Dolores

Estadística para Administracion y Economía. Prentice Hall. 2008; Newbold, P. Carlso, W.L. y Thorne, B.

Estadística para Turismo, Mc Graw Hill, Madrid, 2007; Parra Lopez, E. y Calero Garcia, F. J.

Fuentes Estadísticas; Instituto de Estudios Turísticos Coyuntura Turística

Indicadores Económicos de Andalucía; Instituto de Estadística de Andalucía (IEA)

Introduccion a la Estadística Empresarial, Copicentro S. L. 9788469192849, Malaga, 2009; Gamero Buron C.

Introducción a la Estadística para Economía y Administración de Empresas. Ramón Areces, 1995; Casas Sánchez, J.M. y Santos Peñas, J

Introduccion a la Estadística para las Ciencias Sociales Mc Graw Hill, Madrid, 1997; Peña, D. y Romo, J.

Técnicas Estadísticas para el Turismo. Ágora, 2003; Fernández Morales, A. y Lacomba Arias, B

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36		
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Total horas actividad formativa presencial	45		
Actividad formativa no presencial			
Total horas actividad formativa no presencial	90		
Total horas actividad evaluación	15		
Total horas trabajo del estudiante	150		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Introducción al Derecho
<b>Código:</b>	110
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Derecho
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Inglés, Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIASTICO DEL ESTADO Y DERECHO ROMANO

**Área:** DERECHO CIVIL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA JOSE GARCIA ALGUACIL	mjgarcia@uma.es	952137122	-	Todo el curso: Lunes 08:00 - 09:00, Lunes 12:00 - 13:00, Miércoles 08:00 - 09:00, Jueves 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 11:30
JOSE MANUEL DE TORRES PEREA	jmdetorres@uma.es	952132211	-	Todo el curso: Jueves 08:00 - 10:00, Jueves 12:00 - 16:00
MARÍA DEL CARMEN LUQUE JIMÉNEZ	marialuque@uma.es	952137527	-	Primer cuatrimestre: Lunes 13:30 - 15:30, Jueves 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Martes 09:30 - 11:30, Martes 17:00 - 19:00, Lunes 10:00 - 12:00
PAULA CASTAÑOS CASTRO	0617529955@alu.uma.es		-	Todo el curso: Martes 16:30 - 18:30
BELEN MARIA CASADO CASADO	bcasado@uma.es	952137527	-	Todo el curso: Viernes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 15:30
JOSE MANUEL RUIZ RICO RUIZ	ruizrico@uma.es	952132216	-	Todo el curso: Lunes 09:00 - 11:00, Martes 11:00 - 13:00, Miércoles 11:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es conveniente que los alumnos de esta asignatura asistan a clase todos los días, realicen las prácticas y actividades correspondientes a los temas tratados y participen activamente en el desarrollo de las mismas.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### CONTEXTO

La asignatura de Introducción al Derecho recoge las nociones generales básicas del Derecho Civil, fundamentales para los alumnos de este grado de Turismo dada la dimensión jurídica que del mismo se deduce.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.14** Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas  
**1.33** Conocer y aplicar los conceptos básicos del derecho

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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.

### SYLLABUS

#### LESSON I. LEGAL SUYSTEM AND SOURCES OF LAW

1. Law and legal System
2. Sources of Law in the Spanish Legal System

#### LESSON II. LEGAL NORM

1. Concept and structure of the legal norm
2. Types of legal norms
3. Effectiveness of the legal norm. Breach of the legal norm

#### LESSON III. SUBJECT OF LAW

1. Natural and legal person. Civil status
2. Capacity of the natural person. Minor and disabled person
3. Types of legal entities, with special reference to the civil partnership and the corporations
4. Representation. Power of attorney

#### LESSON IV. THE CONTRACTO

1. The contract. Concept of contract
2. Pre-formulated standard contract
3. Formation of contract: Contract offer. Information and publicity of the contract
4. Sourcing of the contract. Requirements. Contract and document. The duty to document the contract.
5. The content of the contract. Limits to the autonomy of will. Unfair terms in contracts with general conditions of sale.

#### LESSON V. PERFORMANCE AND BREACH OF CONTRACT

1. Effectiveness of the contract as source of obligations. Unilateral withdrawal. Mutual termination agreement.
2. Guarantees
3. Breach of the contract. Contractual liability
  - Legal action to require contractual performance
  - Rescission of the contract
  - Claim for damages
  - Unforeseeable circumstances or force majeure.

#### LESSON VI. CONFLICTS BETWEEN INDIVIDUALS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

1. Conflict resolutions procedures
2. Arbitration
3. Judicial conflict settlement: Ordinary civil proceedings. System of judicial review

### LESSON VII. NON-CONTRACTUAL LIABILITY

1. Concept and legal regulation of non-contractual liability
2. Legal assumptions
3. Civil liability of the employer

### VIII. BASIC TYPES OF CONTRACTS

1. Contract of sale
2. Construction contracts and provision of services
3. Deposit agreement
4. Mandate
5. Loan contract
6. Parking contract

### IX. TIMESHARING REGULATION

1. Introduction
2. Timesharing creation. Duration of this kind of right in rem
3. Requirements to create a timesharing and to conveyance this kind of right in rem
4. Non-compliance with services. Action for an injunction

### X. PACKAGE TRAVEL CONTRACT

1. Scope of application of the package travel contract
2. Obligations of the organizer of the package travel and/or retailer
3. Rights of the consumer during a package holiday
4. Liability for non-performance of the services included in the package

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno deberá al final del curso conocer las nociones básicas del Derecho civil. Así mismo, debe saber leer e interpretar correctamente los textos legales en general, pudiendo realizar un análisis crítico y reflexivo de cualquier situación que en este ámbito surja. Deberá redactar con coherencia utilizando los términos jurídicos adecuados.

## PROCEDIMIENTO DE 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).

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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 las convocatorias extraordinarias la nota será la correspondiente al examen realizado en la fecha indicada, constando dicho examen de dos partes: una teórica (35%) y una práctica (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 e-mail.

Para los alumnos a tiempo parcial, el sistema de evaluación será el siguiente: El examen final constará de dos partes: parte teórica: 60% y parte práctica 20 %. El resto de la calificación se completará con un trabajo que deberá realizar a lo largo del curso y presentar antes del examen final.

### EVALUATION SYSTEM GUIDELINES

Students must be on time and attend lessons regularly according to the timetable, and participate actively in lessons.

The student's final grade, in all ordinary or extraordinary examinations, will be calculated from the activities and work carried out in small groups or workshops (A) and from the final test (B).

A) The score of the activities and works carried out in workshops during the course will correspond to the 40% of the final score of the student. This score will be calculated taking into account:

--Legal cases (practical exercises). The students will make at least six legal cases during the course.

--Public presentations: Each student is required to do a presentation.

--Student's works (research work, study of judgements and etcetera)

B) The score of the final test will correspond to the 60% of the final score of the student. The final test will be made on the complete syllabus. It will include two different parts:

--Theoretical test: It shall be made in writing with at least five short questions and a long question.

-- A case study. The student will be allowed to use legal codes to answer the case, but non computers or cellular mobiles or other telematic media.

The Scholar may require the student to explain and clarify the test.

The score of the theoretical test will correspond to the 35% of the final score and the score of the case study will correspond to the 25% of the final score.

It is necessary to get a score of 4 in the final theoretical test in order to pass the subject "Introduction to Law".

If the student elects to take the final test, the examination call will be over even in case he does not deliver the test. However, the score of the activities and works carried out by the student during the course will be counted as a part of the final score in the next examination (September one)

Marking Criteria for the Examinations:

The evaluation shall particularly assess the theoretical and practical knowledge, the proper use of tools of law enforcement, capacity for critical thinking, the ability to convince through reasonable argument or to engage in substantive debate, and linguistic skills: writing and speaking.

### TRAINING ACTIVITIES

Teaching in the large group will focus on both the theoretical and practical knowledge of the matter. Furthermore, the small groups will particularly focus on the practical side of the subject. Students will work with legal actual cases in order to be able to use legal data-bases as well as legal codes and statutes. This means to achieve that the student will be able to understand legal cases, will develop the ability to synthesize legal issues, will draw up basic legal documents, and will be able to resolve the proposed legal problems.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Civil Code of Spain. Código civil de España, Edic, Bilingue español-inglés, trad. De San Pío, José Luis, Ed. International legal publications (Lastes edition)

Código de Leyes Civiles, Edit. Tecnos, 2010; RUIZ-RICO RUIZ, J.M.: (Coord.)

Conceptos Básicos de Derecho Civil, Edit. Tirant lo Blanch, Valencia 2011.; RUIZ-RICO RUIZ / MORENO-TORRES HERRERA (Coord.)

Curso de Derecho Civil, (Coord. De Pablo Contreras), vols. 1 y 2, Edit. Colex, última edición.; AA.VV.

Curso de Derecho Civil Patrimonial, Edit. Tecnos, última edición.; LASARTE ÁLVAREZ, C.

Handbook on Spanish Patrimonial Law, BERGEL SAINZ DE BARANDA, Yolanda, Edit. Tecnos (latest edition)

Introducción al Derecho Turístico (Adaptado a los nuevos estudios de grado) Edit. Tecnos, Madrid, 2011.; RUIZ-RICO RUIZ / MORENO-TORRES HERRERA (Coord.)

Introduction to Spanish Private Law: Facing the Social and Economic Challenges . ( UT Austin Studies in Foreign and Transnational Law ) 2009.

Professional English in Use: Law, Gillian D. Brown, Sally Rice, Cambridge.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Sistema de Derecho Civil, vol. I y vol. II, Edit. Tecnos, Madrid, última edición; Díez-PICAZO / GULLÓN BALLESTEROS:

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>90</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>15</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>150</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo
<b>Código:</b>	111
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Economía
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: LAURA MONICHE BERMEJO	lmoniche@uma.es	952131184	4 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 12:00, Martes 13:30 - 15:00, Jueves 09:00 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 14:00
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	eigonzalez@uma.es	952134312	1404 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

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

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Lección 1ª

Lección 1ª.- Competencia perfecta y la curva de oferta (capítulo 7 de la 2ª edición, y epígrafe 1 del capítulo 8, pp 226, Tipos de estructuras de mercados).

1. Resumen y objetivos.
2. Tipos de estructuras de mercado
2. Competencia perfecta.
3. Producción y beneficio.
4. La curva de oferta de la industria.

#### Lección 2ª

Lecciones 2ª.- Monopolio, Oligopolio y Competencia Monopolística (Capítulo 8 de la 2ª edición).

1. Resumen y objetivos.
2. El significado del monopolio.
3. El significado del oligopolio.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

4. Monopolio, oligopolio y política económica.
6. El significado de la competencia monopolística. Diferenciación de producto en Turismo.
7. Discriminación de precios en Turismo.

### Lección 3ª

Lección 3ª.- Macroeconomía: una visión global (capítulo 10 de la 2ª edición).

1. Resumen y objetivos.
2. Microeconomía y Macroeconomía.
3. El ciclo económico.
4. Inflación y deflación.

### Lección 4ª

Lección 4ª.- Evaluar la Macroeconomía (capítulo 11 de la 2ª edición y epígrafe 1º del capítulo 12).

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.

### Lección 5ª

Lección 5ª.- La oferta y la demanda agregadas (capítulo 14 de la 2ª edición).

1. Resumen y objetivos.
2. La demanda agregada.
3. La oferta agregada.
4. El modelo oferta agregada-demanda agregada.
5. Políticas macroeconómicas. Política fiscal y monetaria.

### Lección 6ª

Lección 6ª.- Comercio internacional (capítulo 18 de la 2ª edición).

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 balanza de pagos y el tipo de cambio.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Conferencia

#### Actividades fuera de la Universidad

- Visitas a centros/instituciones

#### Actividades prácticas en aula docente

- Otras actividades prácticas

### Actividades No Presenciales

#### Actividades prácticas

- Resolución de problemas

#### Estudio personal

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades No Presenciales

#### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con el curso de la asignatura se espera que los alumnos adquieran un cuerpo conceptual económico básico que les permita analizar el comportamiento de los agentes económicos en el marco de una economía de mercado. Para ello, los alumnos deberán trabajar tanto presencialmente en clase, como autónomamente. La docencia teórica presencial tendrá lugar en grupo grande, mientras que la práctica en grupo reducido. En las clases impartidas al grupo grande el profesor/a expondrá el contenido teórico del temario, mientras que en las impartidas a los grupos reducidos serán los alumnos los que, bajo la supervisión del profesor/a, resolverán los problemas planteados relativos a la práctica del tema tratado. Con ello se pretende, por un lado, que los alumnos se familiaricen con la aplicación de los conceptos, los instrumentos y la metodología expuestos en las sesiones con el grupo grande y, por otro, fomentar su capacidad de aprendizaje autónomo, así como su capacidad de exposición en público en clase ante el resto de sus compañeros. La puesta en común de las respuestas a los problemas y su corrección conjunta favorecerá el intercambio de opiniones críticas entre profesor y alumnos.

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 de los alumnos los materiales adicionales a la bibliografía básica necesarios para el seguimiento de la asignatura, tales, como diapositivas explicativas, problemas y cuestiones tipo test planteados y lecturas para cada tema del programa.

Con objeto de valorar los resultados del aprendizaje, el profesor/a realizarán dos pruebas parciales a lo largo del curso, y valorará el trabajo autónomo de los alumnos en la resolución y exposición en clase ante los compañeros de los problemas propuestos para resolver en los grupos reducidos. Para ello, el profesor/a propondrá una Tarea a través de campus virtual de la asignatura. Además se realizará una prueba final, según la fecha y hora programada por el Centro.

### PROCEDIMIENTO DE 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 realizarán 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:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

Las matrículas se concederán a los alumnos con mayores puntuaciones en la calificación final, en caso de empate se realizará una prueba adicional para asignar dicha matrícula.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Fundamentos de Economía. Reverté 2008. ; A1. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M.

Fundamentos de Economía. Reverté 2012. ; A1. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M.

www. worthpublishers.com/krugmanwellsolney; A2 Web de Krugman/Wells/Olney

#### Complementaria

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>; C.17 CONSEJERIA DE TURISMO

<http://www.unwto.org/index.php>; C.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)

Microeconomía intermedia y sus aplicaciones.; B.36 NICHOLSON, W.; MCGRAW HILL; 2001

CONTABILIDAD NACIONAL. INE. <http://www.ine.es>; B.50 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

EGATUR, NOTA DE COYUNTURA DICIEMBRE 2009. <http://www.iet.tourspain.es>; B.47 INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS; 2009; <http://www.iet.tourspain.es>

El malestar en la globalización; B.43 STIGLITZ, J. E.; TAURUS; 2003

Fundamentos de Economía. Reverté 2008. ; A1. KRUGMAN, P., WELLS, R. y OLNEY, M.

<http://www.turismo2020.es/>; C.23 PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020.

Introducción a la economía. Libro de prácticas: Microeconomía.; B.27 GIMENO, J. A. y J. M. GUIROLA; MCGRAW HILL; 1999

Introducción a la economía. Microeconomía.; B.31 KRUGMAN, P. y WELLS, R.; REVERTÉ; 2006

Introducción a la Economía para turismo.; B.17. CASTEJÓN, R. y otros; PRENTICE-HALL; 2002

Introducción a la Economía para turismo. Casos prácticos y ejercicios. Prentice-Hall. 2003; B2 CASTEJÓN, R. y otros

Introducción a la microeconomía. 3ª ed.; B.42 SLOMAN, J.; PRENTICE HALL; 1997

Macroeconomía.; B.11. STIGLITZ, J. E.; ARIEL; 2004

Microeconomía.; B.01 STIGLITZ, J. E.; ARIEL; 2009

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	31	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Visitas a centros/instituciones	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Conferencia	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL**

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas
<b>Código:</b>	201
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Empresa
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Inglés, Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO PELAEZ VERDET	apv@uma.es	952133268	12 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Viernes 10:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 12:00
PEDRO NAVARRETE MOLINA	pednavmol@uma.es	952340375	-	
JOSE ANTONIO JIMENEZ LOPEZ	josjimlop@uma.es	952132692	-	
JOSEFA GARCIA MESTANZA	jgm@uma.es	952131267	4303 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:30 - 14:30, Viernes 10:30 - 11:30, Lunes 08:30 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 12:30, Martes 12:30 - 14:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

One group (out of those offered) will be taught in English.

Para el adecuado seguimiento de la asignatura es recomendable asistir diariamente a clase, lo cual permite, además de un mejor conocimiento y comprensión del contenido fundamental de la misma, la participación activa del alumno en cuantas actividades se realicen en el aula. También es recomendable haber superado las asignaturas del área de Organización de Empresas de cursos anteriores.

### CONTEXTO

La administración de recursos humanos es clave en el proceso de la generación del servicio turístico. La experiencia turística es un valor creado a partir del servicio que generan los empleados y colaboradores de la empresa. Por ello es necesario que los profesionales que dirigen o gestionan la compañía entiendan la importancia de los procesos vinculados con la afección, desarrollo y sustracción del personal en la organización.

HR management is key within the process which generates tourism service. The tourism experience as a value is created from the service made from the firm's employees and partners. It makes necessary that supervisors and managers understand properly the importance of the processes that rule the relationships between the workers and the organization.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

1.26 Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Bloque temático único (Spanish)

Lección 1: LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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 2: 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 3: 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 4: 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 5: 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 6: 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 7: 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 8: 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 9: 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

a responsabilidad social de la empresa en pro de una cultura de la paz y los valores democráticos.

### Single lesson group (English)

Lesson 1: HUMAN RESOURCE MANAGEMENT:

1. Theories on the administration. Its influence on the staff management.
2. The role of HR management in the organizations.
3. The HR Department in the current tourism company.

Lesson 2: HR PLANNING AND FORECASTING:

1. HR planning in the tourism company.
2. Job analysis and design.
3. Staff recruitment.
4. The selection process.

Lesson 3: INCORPORATION AND CAREER MANAGEMENT:

1. Incorporation into the company. Problems that may arise during the incorporation.
2. Integration and socialization of the employee.
3. Concept and importance of professional career.
4. Planning and development of the professional career.

Lesson 4: TRAINING:

1. Concept and importance of training.
2. Official training and continuous training in the firm.
3. Legal framework of training in the company.
4. Training methods.
5. Training in the tourism sector.

Lesson 5: STAFF ASSESSMENT:

1. Staff assessment: concept and objectives.
2. Staff assessment duty.
3. Assessment methods.
4. Errors to avoid when assessing staff.

Lesson 6: TASKS EVALUATION:

1. Definition and objectives of the job evaluation.
2. Job evaluation program.
3. Hierarchy method.
4. Classification method.
5. Feature comparison method.
6. Rating points method.

Lesson 7: SALARY MANAGEMENT:

1. Salary: definition and content.
2. Categories of incentives.
3. Features to be considered when establishing wages.
4. Legal framework concerning remuneration levels.

Lesson 8: CONTROL AND HR STATISTICS:

1. HR management control.
2. Wage control.
3. Presence and displacement control.
4. Training control.

Lesson 9: THE CURRENT HR MANAGEMENT AND THE ORGANIZATIONAL CULTURE:

1. Strategic HR management.
2. Flexible HR management.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

3. Quality control through Human Resources.
4. International HR management.
5. Concept and elements of corporate culture. Special reference to the social responsibility of the company towards a culture of peace and democratic values.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral Exposición de contenidos / Content teaching

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas Prácticas en aula de informática / PC room practices

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades de documentación

Búsqueda bibliográfica/documental

##### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Competencias: tras haber cursado la asignatura, el alumno deberá ser capaz de:

1. Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas
2. Gestionar los recursos financieros
3. Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas
4. Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas

Learning outcomes: upon completion of the subject, the student should be capable of:

1. Analyze, synthesize and critically summarize the economic information of tourism organizations
2. Manage financial resources
3. Direct and manage the different types of tourism entities
4. Plan and manage human resources in the tourism organizations

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

En los grupos con docencia en idioma castellano la adquisición de las competencias en primera convocatoria ordinaria será evaluada de la siguiente manera:

AEP 1.6. Realización de trabajos y/o proyectos (50%)

AEP 1.5. Examen final (40%)

AEP 1.8. Otras (10%)

AQUÉLLOS ESTUDIANTES PERTENECIENTES AL GRUPO CON DOCENCIA EN INGLÉS PODRÁN DISPONER EN SU MESA DE UN DICCIONARIO INGLÉS-ESPAÑOL SI LO NECESITAN DURANTE EL EXAMEN.

La nota media de las prácticas realizadas en el aula de informática integrarán un 50% de la nota final. La calificación del examen equivaldrá al 40% de la nota final. El 10% restante será obtenido por la asistencia y realización de las actividades extraordinarias que se propongan mediante el Campus Virtual.

En la segunda convocatoria ordinaria y extraordinarias la asignatura se calificará únicamente con el examen, que equivaldrá al 100% de la nota.

Aquéllos alumnos a tiempo parcial o a los que les afecten las disposiciones sobre deportistas universitarios de alto nivel pueden, si así lo desean, solicitar que el examen final integre el 100% de su nota final. Para ello deberán dirigir comunicación al docente de la asignatura durante las dos primeras semanas de curso mediante el servicio de mensajes del Campus Virtual.

The attainment of learning outcomes in the first regular intake will be evaluated in the following way:

AEP 1.6. Achievement of works and/or projects (50%)

AEP 1.5. Final examination (40%)

AEP 1.8. Other (10%)

THOSE STUDENTS WHOSE EXAMS ARE IN ENGLISH WILL BE ALLOWED TO BRING AN SPANISH-ENGLISH DICTIONARY ON THE DESK AS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

LONG AS THEY REQUEST IT IN THE EXAM.

The average mark of the practices carried out in the computer lab will be worth 50% of the final grade. Final examination will add 40%. The remaining 10% will be obtained by the assistance and the extraordinary activities proposed through the Virtual Campus.

Either in the second regular diet and extraordinary calls, the student will qualify only with the examination, which will be thus equivalent to 100% of the note.

Part-time students or those who could be affected by rules for high-level college athletes can, if they so wish, request that the final exam integrates 100% of their final grade. In order to get this status they must send communication to the teacher during the first two weeks of the course throughout the Virtual Campus messaging service.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Administración de recursos humanos en las empresas turísticas. Piramide (2009).; GASPAR, A.I.: MARTIN ROJO  
Human Resource Management for the Hospitality and Tourism Industries. Elsevier Ltd. (2006); DENNIS NICKSON

#### Complementaria

Administración de personal. , 4ª edic. México.; DESSLER, G. ; Edit. Prentice Hall; 1991  
Administración de personal y recursos humanos. , México.; WERTHER, W. y DAVIS, K.; Edit. Mc.Graw-Hill; 1995  
Administración de recursos humanos. , 5ª edic., Santafé de Bogotá.; CHIAVENATO, I. ; Edit. McGraw-Hill; 1999

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Exposición de contenidos / Content teaching	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas Prácticas en aula de informática / PC room practices	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		

### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos
<b>Código:</b>	202
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Geografía
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

La asignatura se enmarca en el universo de materias geográficas que se cursan en el marco del título de Graduado en Turismo. Tras cursar una asignatura introductoria a la Geografía del Turismo en el primer curso de grado, con la asignatura Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos se pretende acercar al estudiante las técnicas y herramientas propias de la Geografía aplicada y del Análisis Geográfico Regional y aplicar dichos conocimientos a los destinos turísticos.

Con la asignatura se prevé 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 territorial y turística que permiten aproximarse a la realidad de una región antes de abordar la tarea planificadora. Además, se prevé dotar al alumno del conocimiento básico sobre los recursos turísticos existentes, teniendo en cuenta que estos se apoyan en una serie de bienes y servicios.

#### COMPETENCIAS

<b>1</b>	<b>Competencias específicas</b>	<b>Competencias Específicas del Título</b>
	<b>1.1</b>	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
	<b>1.8</b>	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

#### 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.

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

TEMA 5. Análisis del medio físico.

TEMA 6. Análisis del medio socioeconómico.

#### DIAGNÓSTICO TURÍSTICO: ANÁLISIS DEL SISTEMA TURÍSTICO

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

TEMA 7. Análisis de la oferta turística.

TEMA 8. Análisis de la demanda turística.

TEMA 9. Análisis de las políticas turísticas.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en aula informática

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con la asignatura Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos se prevé que el estudiante:

1. Amplíe su "cultura turística" a partir de la nueva adquisición o ampliación de conocimientos geográficos y turísticos.
2. Se familiarice con el método de trabajo "analítico".
3. Adquiera una visión de conjunto al estudiar un destino turístico en su complejidad, aprendiendo a analizar tanto el sistema territorial como el sistema turístico.
4. Sea capaz de pronosticar escenarios futuros, desarrollando una visión a medio y largo plazo.
5. Prime el trabajo en grupo, asumiendo labores de coordinación y trabajando diversas habilidades sociales.
6. Se acostumbre a trabajar con diversas fuentes de información, tanto territoriales como turísticas.
7. Sea capaz de aplicar el conocimiento teórico y proponer estrategias.

La evidencia de estos resultados se adquirirán a partir de las actividades de evaluación proyectadas:

- Elaboración de un Proyecto, en concreto el diagnóstico turístico-territorial de un destino.
- Pruebas objetivas de evaluación (tipo cuestionarios).
- Desarrollo de diversos trabajos prácticos de clase.

### PROCEDIMIENTO DE 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 cualquiera de los dos sistemas de evaluación, las notas parciales obtenidas positivamente para el alumno se guardarán para la segunda convocatoria ordinaria, sin embargo, para convocatorias extraordinarias y nuevas convocatorias, habrá que superar la asignatura completa. Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

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.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Análisis territorial del turismo Edt. Ariel. Barcelona; VERA (coord), LOPEZ PALOMEQUE, MARCHENA GOMEZ y ANTON CLAVE (1997)
- Clima y Turismo.; BESANCENOT, J.P.; Masson; 1991
- Desarrollo turístico sostenible en el medio rural.; CROSBY PEREA, ARTURO; CEFAT; 1993
- Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica.; PEARCE, D.; Trillas; 1988
- Geografía turística: general y de España.; ALONSO, J.; Centro de estudios Ramón Areces; 2004

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

"Guía para el análisis de los recursos territoriales turísticos"; LUQUE GIL, A., NAVARRO JURADO, E.  
 La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos.; LOPEZ OLIVARES, D; Universidad Jaume I.; 1998  
 Planificación territorial del turismo.; ANTÓN CLAVÉ (Coord.); UOC; 2005  
 Técnicas de evaluación del potencial turístico.; LENO CERRO; Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; 1993  
 Tourism Planning. Basics concepts cases.; GUNN, CLARE, A.; Taylor & Francis.; 1993  
 Turismo. Planeación, administración y perspectivas; MACINTOSH, R., GOELDNER, CH y RITCHIE, J.R.; Limusa; 1999  
 Turismo sostenible en el Mediterráneo. Guía para la gestión local.; ECOMEDITERRANEA; BRAU; 1998

### Complementaria

) : Economía y turismo. Prácticas; LORENTE DE LAS CASAS, A. et alii; McGraw-Hill; 2005  
 ) : Técnicas de investigación aplicadas al sector turístico; IGLESIAS I MILLAN, J.A.; Síntesis; 2001  
 Análisis empírico de la demanda turística; GALLEGO, J. et alii; Centro de Estudios Ramón Areces; 2003  
 Comercialización de productos y servicios turísticos; IGLESIAS TOVAR, J.R.; Síntesis; 1995  
 El análisis geográfico; DOLLFUS, O.; Oikos-Tau; 1978  
 El medio físico andaluz: clima, vegetación y aguas.; RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, R. et alii; Sarriá; 1999  
 El medio físico andaluz. El relieve; PERLES ROSELLÓ, M.J., MÉRIDA RODRÍGUEZ, M.; Sarriá; 2000  
 El territorio andaluz; OCAÑA OCAÑA, C., GARCÍA MANRIQUE, E.; Ágora; 1990  
 Evaluación del potencial turístico: las montañas de Prades; SALVAT, SEDO, MAGRINYA y OLMOS; Universidad Rovira i Virgili; 1998  
 Geodemografía. Fundamentos conceptuales y metodológicos.; REQUES VELASCO, P.; Universidad de Cantabria; 2006  
 Geografía General II (Geografía Humana).; AGUILERA ARILLA, M.J. y otros; UNED; 2006  
 Geografía General. (Tomo II: Geografía Humana).; BIELZA DE ORY (ed.); Taurus; 1992  
 Geografía Humana; PUYOL, R.; Cátedra; 1992  
 Geografía Humana: sociedad, economía y territorio; ZÁRATE MARTÍN, M. y RUBIO BENITO, M.T.; Centro de Estudios Ramón Areces; 2005  
 Glosario y prácticas de Geografía Humana.; ZÁRATE MARTÍN, M. y RUBIO BENITO, M.T.; Centro de Estudios Ramón Areces; 2006  
 Informe sobre la sequía y la gestión de los recursos hídricos en Málaga; SOCIEDAD MALAGUEÑA DE CIENCIAS (1995); Séptima; 1995  
 Interpretación ambiental y Turismo Rural.; CROSBY, A (dir); CEFAT; 1994  
 Introducción al análisis medioambiental de un territorio; SANTOS PRECIADO, J.M., BORDERÍAS URIBEONDO, M.P.; UNED; 2002  
 Inventario de Recursos Turístico; GOBIERNO VASCO; Gobierno Vasco; 1997  
 Jerarquización de los recursos turísticos; ALVAREZ CUERVO; Estudios turísticos; 1987  
 Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral.; BARRAGAN MUÑOZ; Oikos-Tau; 1993  
 Principios de investigación del mercado turístico; ALVAREZ CUERVO, R.; Cordinur; 2004  
 SIGTUREX: Diseño de un SIG aplicado al análisis turístico de Extremadura"; JURADO RIVAS, J.C; GRANADOS CLAVER, M y SÁNCHEZ MARTÍN, J.M.; Universidad de Málaga; 1999  
 Técnicas de evaluación del potencial turístico; LENO CERRO; Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; 1993  
 Tipologías turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y las sociedades de acogida.; BLASCO PERIS, A.; Zarza de escuelas de turismo; 2006  
 Trabajos prácticos de Geografía Humana.; DEL CANTO FRESNO, C. ET ALII; Síntesis; 1998

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática	12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Gestión de Bases de Datos del Turismo
<b>Código:</b>	203
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
<b>Experimentalidad:</b>	69 % teórica y 31 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://turismo.cv.uma.es/">http://turismo.cv.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 11:00 - 13:00 Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 16:30 - 18:30, Miércoles 18:30 - 20:30, Martes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 08:30 - 11:30
JOSE LUIS LEIVA OLIVENCIA	jlo@uma.es	9521336622	24 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Viernes 17:00 - 19:00, Martes 19:00 - 21:00 Segundo cuatrimestre: Martes 16:00 - 20:00
MARINO CASTILLO CABEZAS	marino@uma.es	951952582	-	Primer cuatrimestre: Martes 15:30 - 16:00, Miércoles 15:30 - 16:00, Martes 16:00 - 17:00, Miércoles 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 17:30 - 18:30, Martes 17:30 - 20:30
ANTONIO CESAR GOMEZ LORA	agl@uma.es	952137151	3.2.33 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	
IVAN M. GOMEZ GALLEGO	igomez@uma.es	952133304	-	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.24 Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

4. Aplicaciones de bases de datos al turismo. Intercambio de información entre bases de datos y otras aplicaciones ofimáticas e informgágticas de gestión
5. Introducción a las bases de datos espaciales aplicadas al turismo.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en laboratorio

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades prácticas

Otras actividades prácticas no presenciales Resolución de ejercicios para casa entregables a través del campus virtual

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La competencia general Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico se desglosa en los distintos resultados de aprendizaje:

- 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.

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.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### a) Tipo y número de pruebas

##### a.1) Evaluación continua: 30% de la calificación final

Tipo de actividad a evaluar	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
Prácticas en aulas de informática/laboratorio	10 (aprox.)	20%
Actividades complementarias	4 (aprox.)	10%

##### a.2) Realización de una prueba individual: 70% de la calificación final

La prueba final constará de dos partes:

Parte 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.

Parte 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 anterior un mínimo del 35% de la calificación máxima.

#### b) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación
Evaluación continua	3
Prueba individual	7
<b>TOTAL CALIFICACION</b>	<b>10</b>

#### c) Convocatoria de Septiembre

En la convocatoria de septiembre se realizará una prueba individual única con la misma estructura y requisitos que la prueba final ordinaria.

Aquellos alumnos que durante el curso hayan obtenido, al menos el 50% de la componente de evaluación continua, podrán mantener dicha calificación. En tal caso, la calificación de la prueba final se hará sobre 7 puntos.

Para el resto de alumnos, la puntuación de la prueba será sobre 10 puntos.

#### d) Convocatorias extraordinaria de repetidores

Se realizará una prueba individual única con la misma estructura y requisitos que la prueba final ordinaria. La calificación será sobre 10 puntos.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Fundamentos de los sistemas de información geográfica.; D. COMAS, E. RUIZ.; Ariel; 1993

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Los sistemas de información geográfica.; J.M. SANTOS PRECIADO; UNED; 2002  
 Sistemas Informáticos aplicados al Turismo.; Guevara, A. et. al.; Pirámide; 2009  
 Access 2007: paso a paso.; S. LAMBERT y otros; Anaya Multimedia; 2007  
 Domine Access 2007.; C. PÉREZ LOPEZ; Ra-Ma; 2009  
 El libro de Access 2007.; J. VIASCAS, J. CONRAD.; Anaya Multimedia; 2008  
 Fundamentos de bases de datos.; A. SILBERSCHATZ y otros; McGraw-Hill; 2006  
 Google Maps hacks.; S. ERLE, R. GIBSON.; O'Reilly [Recurso electrónico]; 2006  
 Microsoft office Access 2007 : paso a paso.; V. ANDERSEN; Mc Graw-Hill; 2007  
 Problemas de bases de datos.; L. GRAU, I. LÓPEZ; Sanz y Torres; 2006

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	31,1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en laboratorio	13,9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 45

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	90
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	15
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	150

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Indicadores Económicos del Turismo
<b>Código:</b>	204
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Indicadores económicos del turismo
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de universidad: indicadores económicos del turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://campusvirtual.cv.uma.es/">http://campusvirtual.cv.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO ANTUNEZ TORRES	aantunez@uma.es	952131190	1402 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 12:00, Jueves 10:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 13:00, Viernes 10:00 - 13:00
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	cjporras@uma.es	952133265	3 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 19:00 - 21:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 12:00 - 14:00
JESUS CARLOS SANJUAN SOLIS	jsanjuan@uma.es	952131181	1406 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Martes 10:00 - 12:00, Lunes 09:00 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 18:15 - 20:15, Lunes 16:00 - 18:30, Miércoles 17:00 - 18:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

La asignatura analiza la dimensión económica del turismo mediante el conocimiento de sus principales fuentes de información. Analiza los impactos generados por el turismo a través de distintos indicadores económicos relacionados con la demanda, la oferta y el mercado de trabajo. También se aborda una visión macroeconómica del turismo a partir del análisis de la Cuenta Satélite del Turismo. Por la temática que trata, es clara su relación con otras asignaturas del área económica (Economía, Estadística y Estructura Económica del Turismo).

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.2 Analizar la dimensión económica del turismo
- 1.5 Convertir un problema empírico en un objeto de estudio y análisis y elaborar conclusiones
- 1.23 Analizar los impactos generados por el turismo
- 1.27 Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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, CEPAL (2006): *Indicadores Económicos del Turismo*, Cuadernos Estadísticos nº 34. Disponible en <http://www.ecla.org/>
- Gallego, I. (2008): *Un sistema de Estadística completo para el territorio andaluz*. Conferencia Internacional de Turismo, Málaga 29-31 Octubre. Disponible en <http://dtxdq4w60xqpw.cloudfront.net/>
- Sancho, A y García, G. (2006): ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos. *Revista de Análisis Turístico*, 2º semestre 2006, nº 2.
- Instituto de Estudios Turístico: ([www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es))
- Instituto Nacional de Estadística: ([www.ine.es](http://www.ine.es))
- 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 Río, 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: *Boletín Económico de Andalucía*, nº 10 (1988) y nº 17 (1994). Disponible en <http://www.juntadeandalucia.es>
- Mondragón, A. (2002): "¿Qué son los indicadores?" *Notas, Revista de Información y Análisis*, nº 19, pág. 52-58. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/>
- Rodríguez, D. (2002): "Algunos conceptos básicos sobre los indicadores". Disponible en <http://www.ifrtd.org/>
- Rus, G. y León, C. (1997): "Economía del Turismo. Un panorama". *Revista de Economía Aplicada*, Vol. V, nº 15 pág. 71-109.
- Pulido, J. I. y Sáez, A. (coords.) (2011): *Estructura general del mercado turístico*. Ed. Síntesis. Madrid. Capítulos 1 y 2.

#### 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: *Balance del Turismo en España*, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto Nacional de Estadística: *Turismo Nacional y Turismo Receptor*. Resumen metodológico. Disponible en <http://www.ine.es/metodología>
- Instituto de Estudios Turísticos: *Ficha técnica FAMILITUR, Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles*. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto de Estudios Turísticos: *Ficha técnica FRONTUR, Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras*. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto de Estudios Turísticos: *Ficha técnica EGATUR, Encuesta de Gasto Turístico*. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto de Estudios Turísticos: *Informe anual FAMILITUR*, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- Instituto de Estudios Turísticos: Informe anual FRONTUR y EGATUR, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto de Estudios Turísticos (2011): Hábitos de los turistas internacionales (HABITUR), Informe anual 2010. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Organización Mundial del Turismo (2011): Panorama OMT del Turismo INTERNACIONAL. Edición 2011. Disponible en <http://mkt.unwto.org/>

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:

- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación Hotelera, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos, en Campings, en Alojamientos de Turismo Rural, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Estadísticas de los Productos en el Sector Servicios, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta Anual de Servicios, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Estadística de Transporte de Viajeros, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Índices de Precios Hoteleros, de Apartamentos Turísticos, de Campings, en Alojamientos de Turismo Rural, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Índice de Ingresos Hoteleros e Indicadores de Rentabilidad del Sector Hotelero, (varios años). Resultados y Metodología. Disponible en <http://www.ine.es>
- Naciones Unidas (2010): International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Capítulos 5 y 6. Disponible en <http://unstats.un.org/>

Instituto de Estudios Turísticos: Balance del Turismo en España, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>

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: Empleo en el sector turístico, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo: Ocupados en el sector turístico, 2009. Disponible en <http://www.minertur.gob.es/>
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Población Activa, (varios años). Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Estructura Salarial, (varios años). Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta Trimestral de Coste Laboral, (varios años). Disponible en <http://www.ine.es>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social: Encuesta de Coyuntura Laboral, (varios años). Disponible en <http://www.empleo.gob.es/>
- Fernández M. y Pena-Boquete, Y. (2007): Condiciones de empleo y trabajo en la hostelería en España: ¿Existe un modelo nacional?, Encuentro de Economía Laboral y de la Educación, Las Palmas de Gran Canaria, 12 y 13 de julio.
- EXCELTUR: Informe Perspectivas Turísticas, (varios años). Disponible en <http://www.exceltur.org/>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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:

- Instituto Nacional de Estadística (2004): Cuenta Satélite del Turismo de España. Nota Metodológica. Disponible en <http://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística (2002): Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones 1996-1999. Anexos 1 y 2. Disponible en <http://www.ine.es>
- OCDE (2000): Medición del papel del turismo en la economía de la OCDE. Manual de la OCDE sobre Cuentas Satélite de Turismo y Empleo.
- Junta de Andalucía: Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía, CSTA 2000. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>
- Cañada, A. (2002): La CSTE: objetivos, aspectos metodológicos y primeras estimaciones (1996-1999), Información Comercial Española, nº 798, marzo 2002, pág. 45-61.
- EXCELTUR (2009): Estudio de Impacto Económico del Turismo: Impactur Andalucía 2007. Disponible en <http://www.exceltur.org/>
- Instituto de Estudios Turísticos: Balance del Turismo en España, (varios años). Disponible en <http://www.iet.tourspain.es>
- Instituto Nacional de Estadística: Cuenta Satélite del Turismo en España. Base 2008. Resultados, (varios años). Disponible en <http://www.ine.es>
- Naciones Unidas, OMT (2008): Cuenta Satélite del Turismo. Recomendaciones sobre el marco conceptual. Estudios de métodos, Serie F, nº 80/Rev.1. Disponible en <http://unstats.un.org/>

### Práctica:

-Ejercicios y prácticas propuestos.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral Clases teóricas: adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas Clases prácticas: desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con el contenido teórico.

### Actividades No Presenciales

#### Actividades de documentación

Otras actividades de documentación Búsqueda de información y datos en la red.

#### Actividades prácticas

Resolución de problemas Estudio y resolución de problemas propuestos.

#### Estudio personal

Estudio personal Estudio y lectura de la bibliografía.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Tras haber cursado la asignatura los estudiantes deberán conocer las fuentes de información para la investigación turística y tener capacidad para buscar, interpretar y elaborar datos e indicadores económicos relativos al sector turístico. Asimismo, deberán ser capaces de elaborar diagnósticos e informes de carácter económico sobre problemas y situaciones relacionadas con la actividad turística.

La metodología a seguir en la docencia, adaptada al EEES, constará de un 30% de docencia presencial en el aula -45 horas-; un 60% de actividades no presenciales, 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 reducidos, donde el alumno con la ayuda del profesor resolverá una serie de problemas y casos de estudio propuestos en cada tema.

Con carácter previo a la exposición de los contenidos en el grupo grande, el profesor informará a los estudiantes sobre el material necesario para preparar cada tema. En todo caso, los alumnos deberán acudir a la bibliografía para afianzar y ampliar los contenidos explicados en las sesiones teóricas. Dada la naturaleza de la asignatura, una parte de las prácticas en grupo reducido se hará 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 85

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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 correspondientes a cada tema del programa. En las tutorías se resolverán las dudas que en la preparación de las sesiones teóricas y prácticas puedan plantear los alumnos.

### PROCEDIMIENTO DE 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 y preguntas tipo test en las clases prácticas y un examen final.

a) Las pruebas de carácter parcial son obligatorias y se realizarán fuera de horario de clase, aproximadamente en torno a las semana 8-9 (sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en los temas 1 y 2) y entre las semana 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 y preguntas tipo test propuestos para su realización 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 y test 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.

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 asignatura. Dicha prueba se valorará sobre 10 puntos. 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. 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.

3. Alumnos a tiempo parcial.

En su caso, en lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Bull, A. (1995): La economía del sector turístico. Alianza Editorial. Madrid.

Cañada, A. (2002): La CSTE: objetivos, aspectos metodológicos y primeras estimaciones (1996-1999). Información Comercial Española, núm. 798, Marzo 2002.

Del Río, C. y García, G. (1990): Dinámica provincial y regional del sector turístico. Papeles de Economía Española, núm. 42.

EXCELTUR: Informe Perspectivas Turísticas.

EXCELTUR (2009): Estudios de Impacto Económico del Turismo: Impactur Analucía 2007.

Fernández, M. y Pena-Boquete, Y. (2007): Condiciones de empleo y trabajo en la hostelería en España: ¿existe un modelo nacional?. Encuentro de Economía Laboral y de la Educación. Las Palmas de Gran Canaria, 12 y 13 de julio.

Gallego, I. (2008): Un sistema de estadística completo para el territorio andaluz. Conferencia internacional de Turismo. Málaga, 29-31 de octubre.

González, E. y Martínez, M. (1997): Los servicios: especial consideración del turismo, en Introducción a la Economía Andaluza. Ed. Civitas; 1997.

Horn, R. (1992): Statistical Indicators for the Economic and Social Sciences.; Cambridge University Press; 1992.

Instituto de Estudios Turísticos: Balance del Turismo en España. Informe Anual.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- Instituto de Estudios Turísticos: EGATUR, Encuesta de Gasto Turístico. Ficha técnica e Informa anual.
- Instituto de Estudios Turísticos: FAMILITUR, Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles. Ficha técnica e Informa anual.
- Instituto de Estudios Turísticos: FRONTUR, Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras. Ficha técnica e Informa anual.
- Instituto de Estudios Turísticos: HABITUR. Informe Anual 2010.
- Instituto de Estudios Turísticos: Empelo en el Sector Turístico. Informe anual.
- Instituto Nacional de Estadística: Cuenta Satélite del Turismo de España. Base 2008. Resultados.
- Instituto Nacional de Estadística: Cuenta Satélite del Turismo de España. Metodología y primeras estimaciones 1996-1999.
- Instituto Nacional de Estadística: Cuenta Satélite del Turismo de España. Nota Metodológica.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta Anual de Servicios. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Estructura Salarial.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación en Campings, en Apartamentos Turísticos y en Alojamientos de Turismo Rural. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Ocupación Hotelera. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta de Población Activa.
- Instituto Nacional de Estadística: Encuesta Trimestral de Coste Laboral.
- Instituto Nacional de Estadística: Estadística de Transporte de Viajeros. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Estadísticas de los Productos en el Sector Servicios. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Índices de Ingresos Hoteleros e Indicadores de Rentabilidad del SEctor Turístico. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Índices de Precios Hoteleros, de Apartamentos Turísticos, de Campings y en Alojamientos de Turismo Rural. Resultados y Metodología.
- Instituto Nacional de Estadística: Turismo Nacional y Turismo Receptor. Resumen Metodológico.
- Iranzo, J. E. y ot. (2003): La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid.
- Junta de Andalucía: Boletín Económico de Andalucía. nº10 (1988) y nº 17 (1994)
- Junta de Andalucía: Cuenta Satélite del Turismo de Andalucía, CSTA 2000. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Llorca, R, Martínez, J. y Picazo, A. (1996): Los servicios y el desarrollo de las regiones. Papeles de Economía Española, núm. 67.
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social: Encuesta de Coyuntura Laboral.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo: Ocupados en el Sector Turísticos, 2009.
- Mondragón, A. (2002): ¿Qué son los indicadores?. Notas, Revista de Información y Análisis, núm. 19.
- Naciones Unidas (CEPAL) (2006): Indicadores económicos del turismo. Cuadernos Estadísticos, núm. 34.
- Naciones Unidas, OMT: Cuenta Satélite del Turismo. Recomendaciones sobre el Marco Conceptual 2008. Estudios de Métodos, Serie F, núm. 80/Rev.1.
- OCDE (2000): Medición del papel del turismo en la economía de la OCDE. Manual de la OCDE sobre CST y empleo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2011): Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2011.
- Pullido, J. I. y Sáez, A. (coords) (2011): Estructura general del mercado turístico. Ed. Síntesis. Madrid.
- Rodríguez, D. (2002): Algunos conceptos básicos sobre los indicadores.
- Rus, G. y León, C. (1997): Economía del turismo: un panorama. Revista de Economía Aplicada, Vol. V, núm. 15, Invierno 1997.
- Sancho, A y García, G. (2006): ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos. Revista de Análisis Turístico, núm.2, Segundo semestre 2006.
- United Nations (2010): International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York.
- Uriel, E. y ot. (2001): El sector turístico en España. Caja de Ahorros del Mediterráneo. Alicante.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Clases teóricas: adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura.	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas Clases prácticas: desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con el contenido teórico.	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	15		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	150		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Inglés Aplicado al Turismo II
<b>Código:</b>	205
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA INGLESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JUAN RAMIREZ ARLANDI	jramirez@uma.es	952133272	439 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
MARIA DEL MAR VERDEJO SEGURA	verdejo@uma.es	952133271	13 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 10:00, Miércoles 12:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 17:00 - 19:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Pese a que no existe ningún requisito previo para esta asignatura se recomienda a los estudiantes que no la cursen sin haber superado previamente INGLÉS APLICADO AL TURISMO I.

Teniendo en cuenta la especificidad de la asignatura y su carácter instrumental, igualmente se recomienda a los estudiantes la asistencia regular a todas las sesiones de *¿Grupo grande¿* así como a las de *¿Grupo reducido¿* que se programen.

Asimismo, se insta a los estudiantes a la realización de todas las actividades y prácticas dirigidas que, como complemento a las tareas establecidas, proponga el responsable de la asignatura.

### CONTEXTO

Esta asignatura tiene como objetivo la adquisición de una serie de competencias por parte de los alumnos que les permitan el ejercicio profesional en los distintos ámbitos del sector turístico sirviéndose de la lengua inglesa como vehículo de comunicación.

A tal efecto y usando un enfoque de naturaleza comunicativa-funcional, esta asignatura se incardina en el plan de estudios vigente como una materia que, de un lado, aporta al alumno la fundamentación sociolingüística necesaria para acceder al cuerpo del conocimiento y a las fuentes bibliográficas en lengua inglesa de otras materias de la titulación y, por otro, le permitirá ejercer su profesión utilizando la lengua inglesa como lingua franca del mundo económico y empresarial en el sector turístico durante el siglo XXI.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.13 Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
- 1.15 Trabajar en inglés como lengua extranjera
- 1.29 Trabajar en medios socioculturales diferentes

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### Actividades No Presenciales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades No Presenciales

#### Otras actividades no presenciales

Otras actividades no presenciales

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos que hayan cursado la asignatura deberán ser capaces de utilizar la lengua inglesa en un contexto turístico, y en concreto en el ejercicio de la profesión correspondiente a la titulación, así como conocer la terminología específica adecuada en inglés. Asimismo, será capaz de expresarse en este segundo idioma dentro de los campos de especialización de su profesión y en la relación cliente-profesional del turismo.

### PROCEDIMIENTO DE 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, que demuestren el uso correcto de técnicas de comunicación en lengua inglesa y su empleo en ámbitos profesionales así como en medios socio-culturales diferentes(en su caso), el correcto uso del lenguaje oral y escrito, etc.

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 60%

Constará de todos o algunos de los

siguientes componentes:

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

Gramática

Conocimiento lenguaje turístico

Comprensión escrita

Producción escrita

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

Las prácticas son obligatorias y se conciben como un elemento esencial para la plena adquisición de las competencias incluidas. Asimismo y a tenor de los objetivos y competencias de la asignatura, se entiende que la asistencia y seguimiento de todas las sesiones programadas se considera imprescindible para la superación de la asignatura.

No obstante, los alumnos en régimen de matriculación a tiempo parcial así como los deportistas universitarios de alto nivel disfrutarán de un régimen de asistencia flexible y podrán realizar las prácticas obligatorias en horarios ad hoc cuando no puedan asistir a las sesiones regularmente establecidas.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

A Travel Adventure: English for Tourism 1 (ECTS); DE PRADA CREO, E.; Universidad de Vigo; 2006; Manual de texto

Checkpoint: English in Tourism; MIODUSZEWSKA, M. et al.; Centro de Estudios Ramón Areces; 1994; Manual de texto

Collins Cobuild English Language Dictionary; SINCLAIR, J. (ed.); Collins; 1998; Diccionario

Diccionario Bilingüe Cambridge Spanish-English Compact Edition; Cambridge University Press; 1992; Diccionario

Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español, Spanish English; ALCARAZ, E. et al.; Ariel; 2000; Diccionario

English for International Tourism. Intermediate students' book & Workbook; STRUTT, P.; Longman; 2004; Manual de texto

English for Tourism I; STEVENS, B.; E. BÁRCENA y R. VARELA; Centro de Estudios Ramón Areces; 2003; Manual de texto

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

English Grammar in Use; MURPHY, R.; Cambridge University Press; 1994; Gramática  
 English Pronunciation in Use; HANCOCK, M.; Cambridge University Press; 2003; Manual de pronunciación  
 First class: English for Tourism. Student's Book; STOTT, T.; Oxford University Press; 1995; Manual de texto  
 Gramática Inglesa; SÁNCHEZ BENEDITO, F.; Longman-Pearson; 2010; Gramática  
 How English Works : a Grammar Practice Book with Answers; SWAN, M. y C. WALTER; Oxford University Press; 2002; Gramática  
 Larousse Unabridged Dictionary: Spanish-/English/English-Spanish; Larousse; 2004; Diccionario  
 Longman Dictionary of Contemporary English with CD; Longman; 2003; Diccionario  
 Manual de pronunciación inglesa comparada con la española; SÁNCHEZ BENEDITO, F.; Comares; 2004; Manual de pronunciación  
 Oxford español-inglés, inglés-español; LEA, C (ed.); Oxford University Press; 1994; Diccionario  
 Starting English for Tourism Studies; USÓ JUAN, E.; I. FORTANET GÓMEZ y A. SAORÍN IBORRA; Publicaciones de la Universidad Jaume I; 2004; Manual de texto  
 Tourism 1. Student's Book; WALKER, R. & K. HARDING; Oxford University Press; 2006; Manual de texto  
 Tourism 2. Student's Book; WALKER, R. & K. HARDING; Oxford University Press; 2007; MANUAL DE TEXTO RECOMENDADO CLASE  
 Welcome! : English for the Travel and Tourism Industry. Student's Book; JONES, L.; Cambridge University Press; 1998; Manual de texto

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Alemán Aplicado al Turismo II
<b>Código:</b>	206
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA ALEMANA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	icalmahano@uma.es	952133259	28 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 13:00 - 14:00
M BLANCA RODRIGUEZ GOMEZ	mbrodriguez@uma.e	952133260		
	- s			

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

<b>1.13</b>	Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
<b>1.17</b>	Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera o refuerzo de una de las anteriores
<b>1.29</b>	Trabajar en medios socioculturales diferentes

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Promoción de un destino

##### A. Contenidos funcionales y de especialidad

Informar sobre las actividades ofertadas en una ciudad.

Circuitos turísticos

##### B. Contenidos lingüísticos

Revisión y profundización de los tiempos verbales

Revisión y profundización de los pronombres

Las preposiciones

#### El alojamiento extrahotelero

##### A. Contenidos funcionales y de especialidad

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Informar sobre las prestaciones de los alojamientos extrahoteleros

Redacción de anuncios breves de alquiler de alojamiento

### B. Contenidos lingüísticos

Introducción al adjetivo

Revisión y ampliación del complemento directo

Präteritum

Perfekt

### 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE 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: 5

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%

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Comprensión escrita 10%  
Producción escrita 10%  
Prueba de comprensión oral 10%

Prueba final: 6

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 5 tareas escritas (10%).

Tipo de evaluación      Componente de la calificación

Prueba individual: 10  
TOTAL CALIFICACIÓN: 10

Observaciones:

A. Evaluación del alumnado con reconocimiento de estudiante a tiempo parcial o de deportista universitario de alto nivel:

Los estudiantes podrán optar a examinarse en primera convocatoria ordinaria según la evaluación para la 2ª convocatoria ordinaria y convocatorias extraordinarias, realizando en la prueba final un refuerzo en la parte de gramática hasta alcanzar el 45% en esta destreza. Los alumnos que se encuentren en estas situaciones deben comunicarlo al profesorado a principio de curso.

B. Matrícula de honor

En el caso de que haya más alumnos aspirantes a Matrícula de honor que las que permita la normativa se realizará entre los mismos un examen adicional con el fin de establecer quienes pueden obtener dicha calificación final.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Deutsches Wörterbuch. Munich: Bertelsmann; Wahrig, G. 2002.  
Diccionario de las lenguas española y alemana. Barcelona: Herder.; Slaby, R.J. y Grossmann, R. 1994  
Gramática Alemana. Cátedra.; Ruipérez, G. 1995  
Grundstufen-Grammatik. Munich: Hueber.; Reimann, M. 1996  
Verbos alemanes. Diccionario de Conjugación y complementación. Idiomas.; Braucek, C. 2002

#### Complementaria

Deutsch in Küche und Restaurant. Eine Einführung in die Fachsprache der Gastronomie. Ismaning: Hueber.; Eppert, F. 1988  
Strategisches Destinationsmarketing. Erfolgsfaktoren für touristische Organisationen und Leistungsträger. Gmeiner.; Wagner, K. A. 2008.  
Training Berufliche Kommunikation: Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro. Kursmüch mit CD. Berlin: Cornelsen; Eismann, V. 2006  
Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Strassenverkehr, Schiffsverkehr. Oldenburg.; Schulz, A. 2008  
Was erwartet der Gast vom Morgen? Trends in Tourismus und Freizeitgestaltung und wie man sie richtig erkennt. München. Redline  
Wirtschaftsverlag.; Baumbach, I. 2007  
Wie nutze ich E-Mail und Newsletter zur Gastekommunikation? München: Redline; Stolpmann, M. y Matejcek, K. 2007.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	150		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Derecho Mercantil de la Empresa Turística
<b>Código:</b>	207
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Derecho
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** DERECHO PRIVADO ESPECIAL

**Área:** DERECHO MERCANTIL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Miércoles 13:00 - 14:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 12:00 - 14:00
ROSA MARIA FERNANDEZ MARTINEZ	061021830x@alu.u ma.es	952136658	-	Todo el curso: Lunes 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 13:00
PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	pml@uma.es	952132340	-	Primer cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 10:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 13:00, Martes 12:00 - 13:00, Martes 09:00 - 10:00
PEDRO MORA LIMA	pmora@uma.es	952132524	2305 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 16:00 - 17:00, Martes 16:00 - 18:30, Jueves 18:30 - 21:00 Segundo cuatrimestre: Viernes 17:00 - 19:00, Jueves 15:00 - 17:00, Viernes 15:00 - 16:00, Jueves 19:00 - 20:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.14** Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas  
**1.33** Conocer y aplicar los conceptos básicos del derecho

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- a.-Alojamiento hotelero
- b.-Alojamiento extrahotelero
- 8.- Contrato de transmisión de derechos de aprovechamiento por turno
- 9.- Contrato de transporte
- 10. Contrato de viaje combinado
- 11.- Oferta turística complementaria

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La nota final del alumno en las convocatorias ordinarias, se compondrá de ::

- Valoración de las resoluciones de los casos propuestos: 10%
  - Valoración de los comentarios realizados por escrito: 10%
  - Valoración de la participación de los debates iniciados en el aula: 5%
  - Exposiciones en el aula: 5%
  - 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, que realizará el conjunto de los profesores del área constituidos en Tribunal o Tribunales, sin diferenciación de grupo: 60%.
- Todas las actividades distintas del examen oral no son recuperables.

Los porcentajes anteriores se aplicarán una vez que el alumno haya alcanzado en el examen al menos un seis, en todo caso el alumno que haya alcanzado al menos un cinco en el examen, superará la asignatura, sea cual sea la calificación en las restantes actividades.

En las convocatorias extraordinarias los alumnos serán evaluados exclusivamente mediante un examen oral que realizará el conjunto de los profesores del área constituidos en Tribunal o Tribunales, sin diferenciación de grupo.

Los estudiantes a tiempo parcial y los deportistas universitarios de alto nivel, deberán realizar las mismas pruebas que el resto de los alumnos para ser evaluados en esta asignatura, si bien los profesores podrán acordar con ellos un régimen particular de entrega de trabajos y las pruebas expositivas se programarán de forma que estos alumnos las puedan realizar.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- AAVV, Coord. Aguado i Cudolà y Casanovas Ibáñez, El impacto del Derecho de la Unión Europea en el turismo, Atelier, 2012.
- AAVV, Coord. Auriol Martín, A. Aspectos jurídico-mercantiles del turismo Atelier 2003
- AAVV, Coord. Auriol Martín, A Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo Junta de Andalucía 1999
- AAVV, Coord. Auriol Martín, A Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo Junta de Andalucía 2000
- AAVV, Coord. Auriol Martín, A Derecho y Turismo (IV, V y VI Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo Junta de Andalucía 2005
- 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 Fundación Cultural Santa Teresa 1995
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. II Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundación Cultural Santa Teresa 1997
- AAVV, Coord. Melgosa Arcos, F.J. III Jornadas sobre Derecho y Turismo Fundación Cultural Santa Teresa 1999
- AA.VV. Dirs, Petit Lavall, Martínez Sanz y Recalde Castells, Coord. Puetz, La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.
- AAVV Jimenez Sanchez, G.J. Lecciones de Derecho Mercantil Tecnos 2014
- Auriol Martín, A., Benavides Velasco, P y Gonzalez Fernandez, Mª B Legislación Turística de Andalucía Tecnos 2006
- Auriol Martín, A. Introducción al Derecho Turístico (Derecho Privado del Turismo) Tecnos 2004
- García Macho, R., Recalde Castell, A. y Petit Lavall, Mª V. Lecciones de Derecho del Turismo Tirant lo Blanch 2000

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Complementaria

- Aguado y Cudolà, V, El impacto del derecho de la Unión Europea en el turismo: valoración general, en El impacto del Derecho de la Unión Europea en el turismo, Atelier, 2012.
- Benavides Velasco, P, 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 La calidad integral del Turismo. 2000. III Congreso de Turismo, Universidad y Empresa, 2000.
- Benavides Velasco, P, La Directiva de Viajes combinados: perspectivas de futuro, en El impacto del Derecho de la Unión Europea en el turismo, Atelier, 2012.
- Benavides Velasco, P, La política turística de la Unión Europea y el Ordenamiento Jurídico Español, Derecho del Turismo Iberoamericano, 2010.
- 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, Revista Aragonesa de Administración Pública, núm. 31, 2007
- Benavides Velasco, P, La responsabilidad por retraso en el transporte aéreo de pasajeros, Revista Europea de Derecho de la Navegación Marítima y Aeronáutica, XXI, 2005.
- Benavides Velasco, P, Los derechos de los pasajeros con discapacidad o movilidad reducida en el transporte aéreo. Especial referencia a la denegación de embarque injustificada, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.
- Benavides Velasco, P, 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, P, Revisión de la Directiva sobre Tiempo Compartido, Estudios sobre consumo, núm. 79, 2006.
- Benavides Velasco, P, y Gonzalez Fernández, M<sup>a</sup>B, 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
- Casanovas Ibáñez, O, Derecho de la Unión Europea, transporte aéreo y protección de los consumidores y usuarios. El reglamento del "overbooking": evolución y perspectivas de modificación, en El impacto del Derecho de la Unión Europea en el turismo, Atelier, 2012.
- Fernandez Morales, A y Mayorga Toledano, MC Rural Tourism in Andalucía: Recent Evolution, Tourism Developemnt Revited: Concepts, Issues and Paradigms, 2008 and Normative Regulation,
- García Sanz, A. El daño moral en el transporte aéreo de pasajeros, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> M. Calidad y distintivos turísticos en la Ley del turismo de Galicia, Revista de Derecho UNIED, núm. 6, 2010, págs. 537- 541
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> M. La denominación geoturística como herramienta estratégica de la promoción de los destinos turísticos en España: consideraciones sobre su régimen turístico, Revista de Derecho Mercantil, nº 236, 2000, págs. 695-716.
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> M. Los signos distintivos en la promoción de destinos turísticos, Aranzadi, 2002.
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> 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.
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> M. Vuelos de bajo coste, agencias de viajes virtuales y derecho de la competencia, Revista de Derecho UNED, núm. 7, 2010, págs. 599-616 .
- Gómez Lozano, M<sup>a</sup> 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 huésped en el establecimiento 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.
- Guerrero Lebrón, MJ, la investigación técnica de accidentes aéreos y los procesos judiciales paralelos, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.
- Márquez Lobillo, P., Algunas consideraciones acerca de la inclusión por parte de las compañías aéreas de una partida específica en la tarifa por la impresión del billete (comentario a la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 1<sup>a</sup>, de 12 de diciembre de 2011 -RJ 2012/37-), Revista de derecho del transporte: Terrestre, marítimo, aéreo y multimodal, nº 9, 2012.
- Marquez Lobillo, P. El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos, Revista de Derecho Mercantil, 2011, núm. 2011, págs. 209-242.
- Márquez Lobillo, P., La celebración del contrato del viaje combinado a través de Internet, Derecho y turismo: III Jornadas de Derecho Turístico, Málaga 2000
- Márquez Lobillo, P., La denegación de embarque en el transporte aéreo de pasajeros, Marcial Pons, Madrid, 2013
- Marquez Lobillo, P. La información que ha de facilitar la agencia de viaje que opera en internet como medida de protección de los consumidores, La calidad integral del turismo, valencia, 2003
- Marquez Lobillo, P, La modernización del Convenio de Tokio para la inclusión del Unruly Passenger. Análisis desde la perspectiva del derecho del transportista aéreo a denegar su embarque, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.
- Marquez Lobillo, P, Los daños morales como objeto de la indemnización por retraso en el transporte aéreo de pasajeros, Revista Andaluza de Derecho del Turismo, núm. 1, 2009.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Márquez Lobillo, P., Medidas de protección del usuario en las relaciones jurídicas con las agencias de viajes que operan en Internet, en Aspectos jurídico-mercantiles del turismo, Atelier, 2003.

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,

Melgosa Arcos, J., La incidencia del derecho de la Unión Europea en el turismo rural: fomento y sostenibilidad, en en El impacto del Derecho de la Unión Europea en el turismo, Atelier, 2012.

Morillas Jarillo, MJ, La reforma in fieri de la regulación europea de la asistencia en tierra en los aeropuertos (Handling), La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

Olmedo Peralta, E., Modernización de la normativa sobre el contrato de pasaje marítimo: la nueva posición jurídica del pasajero, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

Peinado Gracia, J.I., Cierre del espacio aéreo. Responsabilidad patrimonial, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

Piras, M, La responsabilidad del gestore dell'aeroporto per le operazioni di assistenza al bagagli, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

Rojo Álvarez-Manzaneda, C., La institución del seguro como sistema de protección al viajero por los daños personales causados en el contrato de transporte por carretera, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

Torres Cazorla, MI y Benavides Velasco, P, La incidencia de la normativa comunitaria en materia turística, en el ordenamiento jurídico español, en XV Años de Impacto del Derecho Comunitario, 2010.

Vázquez Ruano, T., El deber de las compañías aéreas de garantizar la seguridad de la información de los pasajeros, en La nueva ordenación del mercado de transporte, Marcial Pons, 2013.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Estructura Económica del Turismo
<b>Código:</b>	208
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Economía del turismo
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: economía del turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	cjporras@uma.es	952133265	3 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 19:00 - 21:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 12:00 - 14:00
JUAN ANIBAL NUÑEZ CARRASCO	janunez@uma.es	952131186	1406 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 09:30 - 13:30, Martes 15:30 - 17:30 Segundo cuatrimestre: Martes 09:30 - 13:30, Jueves 10:00 - 12:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Competencias generales:

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)

Competencias 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))

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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.

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.2 Analizar la dimensión económica del turismo
- 1.3 Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
- 1.4 Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas
- 1.7 Reconocer los principales agentes turísticos
- 1.23 Analizar los impactos generados por el turismo
- 1.27 Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

#### Lección 2ª

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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.

### 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.

### 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.

### 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:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

1. Administración Central
2. Administración Autonómica
3. Administración local.
4. Otras estructuras organizativas en materia turística.
5. La innovación en el Turismo.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos deberán conocer y comprender el contenido del programa tanto desde un punto de vista teórico como mediante la resolución de ejercicios y casos planteados en las clases prácticas de la asignatura.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ALUMNOS:

La asistencia a clase es obligatoria.

#### 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 realizarán fuera del horario de clase, en el tiempo asignado a actividades de evaluación. El primero, se realizará la novena semana de clases y versará sobre las dos primeras lecciones de teoría y las dos primeras de prácticas. El segundo se realizará en la décima quinta semana de clases y versará sobre las tres últimas lecciones de teoría y las tres últimas de prácticas.

A.2). Realización de prácticas en clase. Los alumnos contestarán al principio de las clases prácticas por grupos, a varias preguntas tests sobre el temario explicado en las clases teóricas. Sus contestaciones serán recogidas y calificadas por el profesor que explicará en clase la contestación correcta a cada pregunta. Una contestación correcta vale 2 puntos, una incorrecta vale - 0,5 puntos y una no contestada 0 puntos. En total el alumno podrá obtener 10 puntos sobre 100 de la nota final, teniendo estas pruebas prácticas igual ponderación para todas las prácticas realizadas en clase.

A.3). 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 las dos pruebas y La corrección de la prueba final se hará tomando como referencia fundamental la bibliografía obligatoria propuesta, por lecciones, y las explicaciones de clase.

La corrección de las prácticas se hará teniendo en cuenta la lección a que corresponden, en sus niveles teóricos y prácticos, con la referencia de las explicaciones de clase y la bibliografía recomendada.

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

#### c) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación
--------------------	-------------------------------

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Evaluación continua	2 pruebas	Máximo 20 puntos sobre un total de 100
	Prácticas	Máximo 10 puntos sobre un total de 100
Prueba final individual	1 prueba	Máximo 70 puntos sobre un total de 100
<b>TOTAL CALIFICACION</b>		<b>Máximo 100 puntos</b>

a.1). Evaluación continua: las actividades en el aula/fuera del aula (30% de la calificación final)

Tipo de actividad a evaluar	Tipo de prueba*	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
Teoría	Examen tipo test	2	10
Aplicaciones de la teoría			
Problemas/Ejercicios	Examen tipo test	2	10
Resolución de casos	Preguntas tests de prácticas		10
Prácticas en aulas de informática/laboratorio			
Trabajos dirigidos			
Actividades complementarias			30
<b>TOTAL CALIFICACION</b>			<b>30</b>

LA EVALUACION CONTINUA SOLO SE APLICARA A LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA DEL CURSO

a. 2). Prueba Final (70% de la calificación final)

Prueba final 7 Máximo 8 puntos sobre un total de 10

\* La prueba final se realizará en fecha, hora y lugar programados por el centro.

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
<b>TOTAL CALIFICACION</b>	<b>10 Máximo 10 puntos</b>

LA EVALUACION CONTINUA SOLO SE APLICARA A LA PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA DEL CURSO. PARA LAS SIGUIENTES CONVOCATORIAS SOLO SE TENDRA EN CUENTA LA PRUEBA INDIVIDUAL FINAL, QUE CALIFICARA CON UN MAXIMO DE 10 PUNTOS.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Economía del ocio y del turismo. Capítulo 14, 15 y 16. Páginas 323 a 404.; Tribe, J. (2000):
- 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):
- Electronic Business in Tourism is taking off- UIT Strong Impacts on Intermediation. Páginas 1 a 3; E-Business Watch (2005):
- 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):
- European Hotel Chain Expansion, Travel & Tourism Analyst. Páginas 1 a 8 y 19 a 22. Mayo 2004.; INFORME MINTEL (2004):
- ; III Pacto andaluz por el turismo
- INFORME TECNOVA: Informe sobre los efectos de internet en el sector de las agencias de viajes. Epígrafes 2 y 4.; SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO:
- Informe TT.OO y Agencias. Enero 2006. Páginas 114 a 122; HOSTELTUR (2006):

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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 a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 8, páginas. 276 a 287.; 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):  
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 estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 4. Páginas 59 a 81; IRANZO, J. E. Y OTROS  
Nota de Coyuntura. Empleo en turismo. Encuesta de población activa (EPA). Año 2009.; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010):  
; Plan del Turismo Español Horizonte 2020  
Ranking HOSTELTUR de cadenas hoteleras españolas. Septiembre 2006. Páginas 22 a 24.; HOSTELTUR (2006):  
Relaciones laborales en los establecimientos hoteleros.; FECOHT (2009):  
Balanza de Pagos año 2009; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010):  
Cadenas Hoteleras. Análisis del Top 10. Editorial Ariel. Barcelona. Capítulo 3. Páginas 61 a 63.; MARTORELL, O. (2002):  
Capítulo 10º. La medición del impacto económico del turismo¿. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget, F. (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).; Velasco González, María (2009):  
Economía del ocio y del turismo. Capítulo 7. Páginas 169 a 193.; Tribe, J. (2000):  
El sector turístico en España. CAM. Alicante. Capítulo II. Páginas 33 a 65.; URIEL, E. Y OTROS (2001):  
El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 13. Páginas 543 a 592; FLETCHER, J. y OTROS (2007):  
Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VII. Páginas 184 a 197.; RIVAS GARCÍA, J. (2008):  
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.; BULL, A. (1995):  
La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 1. Páginas 13 a 31.; IRANZO, J. E. Y OTROS (2003):  
Libro blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas. Resumen ejecutivo.; EXCELTUR (2006):  
Nota de Coyuntura.Compañías de Bajo Coste. Diciembre de 2009. Páginas 1 a 5.; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009):  
ourism marketing and management handbook. Páginas 475 a 478.; WITT, S. Y MOUTINHO, L. (1994): T  
The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe¿s economy. Páginas 11 a 14.; RUDIGER LEIDNER (2004):  
Turismo y transporte. Capítulo 12. Páginas 171 a 174 y Páginas 179-182.; BLASCO, A. (2001):

### Complementaria

Economía del ocio y del turismo. Capítulo 14, 15 y 16. Páginas 323 a 404.; Tribe, J. (2000):  
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):  
Electronic Business in Tourism is taking off- UIT Strong Impacts on Intermediation. Páginas 1 a 3; E-Business Watch (2005):  
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):  
European Hotel Chain Expansion, Travel & Tiourism Analyst. Páginas 1 a 8 y 19 a 22. Mayo 2004.; INFORME MINTEL (2004):  
; III Pacto andaluz por el turismo  
INFORME TECNOVA: Informe sobre los efectos de internet en el sector de las agencias de viajes. Epígrafes 2 y 4.; SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO:  
Informe TT.OO y Agencias. Enero 2006. Páginas 114 a 122; HOSTELTUR (2006):  
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 a la economía del turismo en España. Editorial Civitas, Madrid. Capítulo 8, páginas. 276 a 287.; 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):  
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 estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 4. Páginas 59 a 81; IRANZO, J. E. Y OTROS  
Nota de Coyuntura. Empleo en turismo. Encuesta de población activa (EPA). Año 2009.; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

; Plan del Turismo Español Horizonte 2020

Ranking HOSTELTUR de cadenas hoteleras españolas. Septiembre 2006. Páginas 22 a 24.; HOSTELTUR (2006):

Relaciones laborales en los establecimientos hoteleros.; FECOHT (2009):

Balanza de Pagos año 2009; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2010):

Cadenas Hoteleras. Análisis del Top 10. Editorial Ariel. Barcelona. Capítulo 3. Páginas 61 a 63.; MARTORELL, O. (2002):

Capítulo 10º. La medición del impacto económico del turismo. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodríguez Rodríguez y Fidel Martínez Roget, F. (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); Velasco González, María (2009):

Economía del ocio y del turismo. Capítulo 7. Páginas 169 a 193.; Tribe, J. (2000):

El sector turístico en España. CAM. Alicante. Capítulo II. Páginas 33 a 65.; URIEL, E. Y OTROS (2001):

El turismo. Teoría y práctica. Capítulo 13. Páginas 543 a 592; FLETCHER, J. y OTROS (2007):

Estructura y Economía del mercado turístico. Capítulo VII. Páginas 184 a 197.; RIVAS GARCÍA, J. (2008):

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.; BULL, A. (1995):

La estructura de los mercados turísticos. Instituto de Estudios Económicos. Madrid. Capítulo 1. Páginas 13 a 31.; IRANZO, J. E. Y OTROS (2003):

Libro blanco de los recursos humanos del turismo en España. Competitividad turística y diferenciación a través de las personas. Resumen ejecutivo.; EXCELTUR (2006):

Nota de Coyuntura. Compañías de Bajo Coste. Diciembre de 2009. Páginas 1 a 5.; INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009):

ourism marketing and management handbook. Páginas 475 a 478.; WITT, S. Y MOUTINHO, L. (1994): T

The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy. Páginas 11 a 14.; RUDIGER LEIDNER (2004):

Turismo y transporte. Capítulo 12. Páginas 171 a 174 y Páginas 179-182.; BLASCO, A. (2001):

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Francés Aplicado al Turismo II
<b>Código:</b>	209
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA FRANCESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA DEL CARMEN CORTES ZABORRAS	ccortes@uma.es	952131788	421 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Jueves 10:00 - 14:00, Lunes 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 12:00 - 14:00, Jueves 10:30 - 12:00, Jueves 13:30 - 14:30, Miércoles 10:30 - 12:00
ADELA MARGARITA FERNANDEZ MONEDERO	afernandez@uma.es	952133261	11 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Viernes 17:00 - 19:00, Jueves 16:00 - 17:00, Jueves 19:00 - 20:00
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	miturci@uma.es	952133261	421 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 14:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>1.13</b> | Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero  |
| <b>1.17</b> | Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera o refuerzo de una de las anteriores |
| <b>1.29</b> | Trabajar en medios socioculturales diferentes  |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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

### 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Informar sobre las propuestas turísticas de un destino.  
Comprender las informaciones turísticas contenidas en una página web.  
Redactar cartas comerciales y promocionales.  
Discriminar los documentos de información turística.  
Identificar las características técnicas de los productos turísticos.  
Redactar un circuito.  
Conducir una conversación de venta de un producto turístico.  
Comprender un contrato turístico.  
Preparar y conducir una visita guiada.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Describir el patrimonio cultural y las etapas históricas de un destino.

En cada prueba se considerará la adquisición de las competencias comunicativas referidas a los niveles considerados entre los superiores del A2 y los inferiores del B1.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Primera convocatoria ordinaria:

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

Prueba final: 60%

Consta de las siguientes partes:

Gramática 30%

Comprensión escrita 10%

Producción escrita 10%

Prueba de comprensión oral 10 %

TOTAL CALIFICACION: 6

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 %.

TOTAL CALIFICACION: 10

Para el alumnado a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Dictionnaire du français. Référence apprentissage. Paris : Clé International, 1999; REY DEBOVE, J.

Dictionnaire Lexis de la langue française. Paris : Larousse, 1989; DUBOIS, J. (dir)

Gran diccionario Español-Francés / Francés-Español. Barcelona : Larousse, 1999; GARCIA PELAYO Y GROSS, R. - TESTAS, J.

Le nouveau petit Robert. Paris : Dictionnaires Le Robert, 1995; ROBERT, P.

Le Robert- Dictionnaire des synonymes. Paris : Robert, 1993; BERTAUD DU CHAZAUD, H.

#### Complementaria

Conjugaison. Exerçons-nous. 350 exercices - 1000 verbes à conjuguer. Paris : Hachette, 1997; BADY, J., GREAVES, I. et al.

Conjugaison progressive du français. Paris : Clé International, 2000; BOULARÈS, M., GRAND-CLÉMENT, O.

Difficultés du français. Paris : Hachette. 2002; ROBERT, J.-M.

Gramaire progressive du français - intermédiaire. Paris : Clé International, 1995; GRÉGOIRE, M., THIEVENAZ, O.

Gramática esencial de francés. Paris : Larousse, 1987; MONNERIE-GOARIN, A., FERNANDEZ BALLÓN, M.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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; DELATOUR, Y., JENNEPIN, D. et al.  
 Grammaire expliquée du français. Paris : Clé International, 2002; POISSON-QUINTON et al.  
 Grammaire progressive du français - Débutant. Paris : Clé International, 1998; GRÉGOIRE, M.  
 Grammaire progressive du français. Niveau avancé. Paris : Clé International, 1997; BOULARÈS, M. FRÉROT, J. L.  
 Grammaire utile du français. Paris : Hatier-Didier, 1991; BÉRARD, E., LAVENNE, C.  
 Grammaire. 350 exercices. Niveau débutant. Paris: Hachette, 1996; BADI, J., GREAVES, I., PETETIN, A.  
 La voyagerie. Pratique du français du tourisme. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. 1992; DESCOTES-GENON, C., EURIN, S. et al.  
 Le français de l'hôtellerie et du tourisme. Paris : Hachette, 1993; DANY, M., LALOY, J-R.  
 Le français du tourisme. Paris : Hachette, 2004; CALMY, A.-M.  
 Le nouveau dictionnaire des difficultés du français. Bruxelles : De Boeck / Duculot, 2000; HANSE-BLANPAIN  
 Les Français. Mentalités et comportements. Paris : Clé International, 1995; MAUCHAMP, N.  
 Les métiers du tourisme. Cours de français. Paris : Hachette, 1991; CHANTELAUVE, O., CORBEAU, S. et al.  
 L'hôtellerie en français. Paris : Hatier-Didier, 1993; LATIFI, M.  
 Savoir vivre avec les Français. Que faire? Que dire? Paris : Hachette, 1996; GRAND-CLÉMENT, O.  
 Tourisme.com. Paris : Clé International, 2004; CORBEAU, S., DUBOIS, C., PENFORNIS, J-L.  
 100 modèles de CV. Paris : Marabout, 2003; LE BRAS, F.  
 500 trucs pour mieux communiquer au travail. Paris : Larousse, 2004; BALLE, F. et al.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Fundamentos de Marketing
<b>Código:</b>	210
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	mjcarrasco@uma.es	952132692	4305A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 08:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 14:00 - 15:00, Jueves 08:00 - 09:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Viernes 08:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 13:00
JESUS MOLINA GOMEZ	jmolinag@uma.es	951952066	4305A - FAC. DE ECONÓMICAS	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La asignatura está diseñada para desarrollar dos tipos de competencias diferentes:

- Competencias teóricas: conocimientos teóricos de fundamentos de marketing. El alumno debe trabajar el tema que se va a tratar en la clase teórica antes de que esta se imparta (ver programación temporal). En las clases teóricas se debatirán los temas planteados por los estudiantes y se desarrollarán aquellos aspectos más interesantes de los temas. En ocasiones, se completarán los temas de la bibliografía con apuntes complementarios. Las fuentes de información teórica (materia de examen) serán: bibliografía y apuntes de clase.
- Competencias prácticas: el alumno aplicará sus conocimientos teóricos a los casos prácticos planteados. En esta parte de la asignatura se pretende que el estudiante aprenda a documentarse y a tomar decisiones en diversos tipos de entorno. Con ese fin, se tratará de abordar el estudio de organizaciones de sectores diferentes con el fin de que el alumno adquiera una adecuada cultura empresarial. Para obtener la máxima puntuación en esta parte, es importante que el alumno no se limite a los materiales teóricos y documente sus trabajos con otras fuentes de información, que variarán dependiendo del caso objeto de estudio.

### CONTEXTO

Esta materia tiene como fin iniciar al alumno en el conocimiento del marketing como función de las organizaciones y como filosofía de gestión.

Interés profesional y académico: La disciplina constituye en la actualidad una base de conocimiento clave para gestionar organizaciones orientadas al mercado, capaces de planificar y gestionar con eficiencia sus recursos en cualquier tipo de entorno.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.11 Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

6.- La investigación de mercados

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con el aprendizaje se pretende lograr los siguientes resultados en el alumno:

- Conocer las peculiaridades del proceso de producción del servicio turístico
- Conocer los procedimientos operativos para ofrecer los servicios de alojamiento, restauración e intermediación

Con la evaluación se pretende medir el nivel de alcance de estos objetivos y de las competencias especificadas.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación:

1. Examen Final.

Criterios:

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (70 % sobre la calificación final, siempre que el alumno obtenga un mínimo del 35% para poder sumarle la evaluación continua).

Actividad recuperable

2. Participación activa en clase.

Criterios:

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (5 % sobre la calificación final).

Actividad no recuperable

3. Realización de pruebas individuales en clase.

Criterios:

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (10 % sobre la calificación final).

Actividad no recuperable

4. Trabajo en grupo.

Criterios:

Competencias a evaluar:

Ponderación (15 % sobre la calificación final).

Actividad no recuperable

Respecto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (Convocatoria de septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico, se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

Asimismo en lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado mi cliente?. Ed. McGraw-Hill, Madrid.; BARQUERO, J.D. (2007)

Comportamiento del consumidor. Ed. Esic, Madrid (2000); Alonso Rivas, J. (2000)

El consumidor turístico. Esic, Madrid; Borja, S; Casanovas, JA. y Bosh, R. (2002)

Marketing de destinos turísticos. Esic, Madrid; Bigne, E y otros (2000)

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

#### Descripción

Lección magistral

Horas

36

Grupo grande Grupos reducidos





## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Introducción a la Contabilidad
<b>Código:</b>	211
<b>Tipo:</b>	Formación básica
<b>Materia:</b>	Empresa
<b>Módulo:</b>	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	2
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** CONTABILIDAD Y GESTIÓN  
**Área:** ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: LUIS CORTES FERNANDEZ	lcortes@uma.es	952132831	D-3114 / T - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Miércoles 17:00 - 18:00, Jueves 18:30 - 20:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:30 - 13:30, Martes 17:00 - 19:00, Jueves 10:00 - 12:00
ANGEL RAMON MORALES BAÑO	armorales@uma.es	952132031	D-3114 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 17:30 - 20:30, Jueves 17:30 - 20:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Miércoles 16:00 - 17:00, Viernes 10:00 - 12:00
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	ajperez@uma.es	952133266	D-4 Vicedecano - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 09:30 - 15:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es imprescindible un trabajo continuo por parte del alumnado, tanto con la lectura previa de los temas a tratar, como con la realización de los ejercicios prácticos propuestos por el profesorado, a lo largo del desarrollo de la asignatura. A las sesiones de grupo reducido el alumno deberá asistir con el tema correspondiente estudiado y con el material necesario (Plan General de Contabilidad y calculadora).

### CONTEXTO

La contabilidad es un sistema de información de carácter económico financiero imprescindible para una adecuada toma de decisiones en todos los ámbitos de la vida empresarial.

Por ello, conocer y aplicar los conceptos fundamentales de la Contabilidad, a través de las explicaciones, la lectura y la práctica personal y poseer una visión completa de la problemática contable de la circulación económica de la empresa para comprender el objetivo y funcionamiento del sistema contable, y el significado de las distintas operaciones de financiación, inversión y desinversión realizadas por la empresa, le ayudará al alumno a la hora de la toma de decisiones de la gestión económica financiera en cualquier unidad económica.

Durante esta asignatura el alumno contabilizar las principales transacciones económicas y elaborar los estados financieros, sobre la base de la legislación vigente y el actual Plan General de Contabilidad.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

1.9 Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

##### LECCIÓN 1. INTRODUCCIÓN A LA CIENCIA DE LA CONTABILIDAD

1.1. Concepto, etapas del proceso contable y división de la contabilidad

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

- 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación:

1. Examen Final.

Criterios: Exámen teórico/ práctico.

Ponderación ( 70% sobre la calificación final): 20% teoría y 50% práctica

Actividad recuperable.

2. Realización de pruebas individuales en clase.

Criterios: Pruebas prácticas

Ponderación (30 % sobre la calificación final):

Actividad no recuperable.

Respecto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (Convocatoria de septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico, se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

#### EVALUACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTUDIANTES A TIEMPO PARCIAL

En el caso de estudiantes en regímenes de dedicación a tiempo parcial, el estudiante podrá someterse a un proceso de evaluación única. La evaluación única consistirá en la realización de un examen o prueba única que coincidirá en fecha y lugar con la última prueba práctica de evaluación continua e incluirá la totalidad de contenidos que hayan sido considerados para la evaluación continua de la asignatura.

En el caso de evaluación única, el estudiante tendrá derecho a poder obtener la misma calificación que los estudiantes que se sometan a procesos de evaluación continua, esto es, del 30 % de la nota final de esta asignatura.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Contabilidad Financiera. El Plan General de Contabilidad de 2007. Ed. Pirámide, 2008.; Socías Salvá, A.; Horrach Roselló, P.; Jover Arbona, G. y Lluís Gilet, A.

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, 2007.; Ministerio Economía y Hacienda

Supuestos de Contabilidad para PYME. Ed. Pearson, 2009.; Pedro Gomez, A.; Rodríguez Sans, P.; Alcaraz Quiles, F.

www.icac.meh.es; I.C.A.C.

Contabilidad Financiera. Edisofer.; River Romero, J.; Rivero Menéndez, M.R. y Rivero Menéndez, M.J.

Manual del Nuevo Plan General Contable. Ed. Centro de Estudios Financieros, 2008.; Amador Fernández, S. y Romano Aparicio, J. (Coordinadores)

Nuevo P.G.C. y P.C.G. PYMES: un análisis práctico y a fondo. Ed. Bresca Editorial, S.L., 2008.; Amat, O. y Aguilá, S. (Coordinadores)

Plan General de Contabilidad: comentarios y casos prácticos. Ed. CEF; Amador Fernández, S. y Carazo González, I.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>90</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>15</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>150</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Análisis de Mercados Turísticos
<b>Código:</b>	301
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Economía del turismo
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: economía del turismo
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	eigonzalez@uma.es	952134312	1404 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Para seguir las explicaciones de la asignatura los alumnos deberán tener conocimientos suficientes de asignaturas de cursos anteriores de la titulación: Introducción a la Economía, Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo. Además, los alumnos deberán poseer unos conocimientos mínimos del cálculo diferencial.

### CONTEXTO

Esta asignatura se encuentra fuertemente relacionada con otras impartidas en cursos anteriores (Introducción a la Economía, Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo) donde se introducen los conceptos necesarios para la comprensión del funcionamiento de los mercados imperfectos turísticos tanto de forma teórica como práctica.

El contenido de esta asignatura permitirá a los alumnos enriquecer sus criterios a la hora de enfrentarse al proceso de toma de decisiones en el mundo empresarial turístico.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.2 Analizar la dimensión económica del turismo
- 1.2.3 Analizar los impactos generados por el turismo
- 1.2.7 Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

#### El oligopolio y el poder de mercado

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### 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.

### 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.

### 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.

### 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.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral Explicaciones del temario

#### Actividades prácticas en aula docente

Resolución de problemas Desarrollo de ejercicios basados en lo explicado en clases teóricas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos deberán conocer el funcionamiento de los mercados imperfectos turísticos tanto desde un punto de vista teórico como mediante la resolución de ejercicios y casos planteados en las clases prácticas de la asignatura.

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

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

a.1) Primera convocatoria ordinaria:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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:

$$NF = N1 \cdot 0,2 + N2 \cdot 0,2 + N3 \cdot 0,6$$

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, no manteniéndose la componente de evaluación continua de la convocatoria ordinaria. 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 impartan la asignatura. El acta será firmada por el coordinador de la asignatura.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

; 01 TEORÍA

; 09 PRÁCTICA

; 11 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Cadenas Hoteleras. Análisis Top 10; 20 MARTORELL, O.; Ariel; 2002

Comercialización de Productos y Servicios Turísticos; 26 IGLESIAS, R.; Síntesis; 1995

Economía del Ocio y el Turismo; 05 TRIBE, J.; Síntesis; 2000

Economía Industrial. Un enfoque estratégico; 17 FERNÁNDEZ DE CASTRO y DUCH, N.; McGraw Hill; 2003

Economía Industrial; 02 LUIS CABRAL; McGraw Hill; 1997

Economía Industrial; 16 CALLEJÓN, G.; BEL, M. T. y SEGARRA, A.; Cívitas; 2001

Economía; 04 STIGLITZ, J. E.; Ariel; 1993

El Sector Turístico en España.; 06 URIEL, MONFORT, FERRI y FERNANDEZ DE GUEVARA; Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM; 2001

El Sistema de Transporte Europeo. Un análisis económico; 13 RUS, G DE Y CAMPOS, J.; Síntesis; 2001

El Turismo Teoría y Práctica; 07 COOPER, FLETCHER, FYALL, GILBERT y WANHILL; Síntesis; 2007

Estrategia y Tácticas de precios; 25 PINDYCK, R. S. y HOLDEN, R. K.; Prentice Hall; 2001

Estrategia y Tácticas de Precios; 27 NAGLE, T.T. y HOLDEN, R.K.; Prentice-Hall; 2002

Introducción a la Economía para Turismo. Casos prácticos y ejercicios; 10 CASTEJÓN, R. y OTROS; Prentice-Hall; 2003

Introducción a la Economía para Turismo; 22 CASTEJÓN, R. y otros; Prentice-Hall; 2002

Introducción a la Economía Positiva; 23 LIPSEY, R. G.; Vicens Vives; 1989

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Introducción al Turismo; 24 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO; OMT; 1998  
 La Economía del Sector Turístico; 08 BULL, A.; Alianza Editorial; 1995  
 La Expansión del Sector Hotelero Español; 21 RAMÓN, A. B.; Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM; 2002  
 La Medición de la Eficiencia y la Productividad; 28 ÁLVAREZ, A.; Pirámide; 2001  
 La Movilidad Empresarial en la Industria Española; 14 PABLO DE MARTÍ, F.; Tesis doctoral. Universidad de Alcalá; 2000  
 La Teoría de la Organización Industrial; 19 TIROEL, J.; Ariel; 1990  
 Microeconomía; 03 KRUGMAN, P. y WELLS, R.; Reverté; 2006  
 Teoría de la Economía Industrial; 18 SEGURA, J.; Cívitas; 1993  
 The Economics fo Tourism; 15 SINCLAIR, T. y STABLER, M.; Routledge; 1997  
 The Economics of Business Enterprise; 12 RICKETTS, M.; Edwuard Elgar Publishing. INC.; 2002

### Complementaria

Clasificación CNAE y CNPA; INE; www.ine.es  
 Crisis y Oportunidad. Fusiones y quiebras que han remodelado el Sector Turístico.; HOSTELTOUR; Hoseltur; 2011  
 Economía del Ocio y el Turismo; TRIBE, J.; Síntesis; 2000  
 Economía Industrial; LUIS CABRAL; McGraw Hill; 1997  
 Economía; STIGLITZ, J. E.; Ariel; 1993  
 El Sector Turístico en España; URIEL, MONFORT, FERRI Y FERNÁNDEZ DE GUEVARA; Caja de Ahorros del Mediterráneo. CAM; 2001  
 El Turismo Teoría y Práctica; COOPER, FLETCHER, FYALL, GUILBERT Y WANHILL; Sintesis; 2007  
 HORIZONTE 2020; PLAN DEL TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020; www.turismo2020.es  
<http://www.mesadelturismo.com/common/mt/compendio/tematico.shtm>; MESA DEL TURISMO; 2011  
 La Economía del Sector Turístico; BULL, A.; Alianza Editorial; 1995  
 Microeconomía; KRUGMAN, P. Y WELLS, R.; Reverté; 2006

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Explicaciones del temario	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resolución de problemas Desarrollo de ejercicios basados en lo explicado en clases teóricas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Contabilidad de Empresas Turísticas
<b>Código:</b>	302
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://www.fyc.uma.es/">http://www.fyc.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FINANZAS Y CONTABILIDAD  
**Área:** ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: RAFAEL BECERRA VICARIO	<a href="mailto:rbecerra@uma.es">rbecerra@uma.es</a>	952133249	25 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 11:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
JUAN MANUEL DE LA ROSA MARTIN	<a href="mailto:jrosa@uma.es">jrosa@uma.es</a>	952132830	-	Todo el curso: Martes 19:00 - 21:00, Viernes 16:00 - 17:00, Viernes 19:00 - 22:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es recomendable haber superado la asignatura de 2º Curso del Grado en Turismo: Introducción a la Contabilidad.

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>1.9</b>  | Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas |
| <b>1.10</b> | Gestionar los recursos financieros  |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Sector Hotelero

##### 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 aprovisionamiento

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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.

### Intermediación Turística

#### 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.

### Análisis económico-financiero

#### 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La nota final de la asignatura se determinará atendiendo a los siguientes porcentajes:

CONVOCATORIAS ORDINARIAS (febrero y septiembre):

Examen final en la fecha oficialmente establecida por la Facultad con una valoración máxima del 60% (6 puntos).

Prueba de evaluación correspondiente al primer Bloque temático del programa (Sector Hotelero) con una valoración máxima del 30% (3 puntos). El hecho de superar esta prueba no implica la eliminación de la materia que comprende en el examen final, es decir, en el examen final el alumno debe examinarse del programa completo.

Asistencia. 10% (máximo 1 punto). La asistencia se valorará mediante la presencialidad, participación y autoevaluaciones realizadas, sobre todo, en las clases prácticas.

Tanto la calificación de la Prueba de evaluación del primer bloque como la correspondiente a la asistencia se conservará para la convocatoria de Septiembre.

CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS:

Examen en la fecha oficialmente establecida por la Facultad que se valorará sobre 10 puntos.

#### MATRICULAS DE HONOR:

Para la obtención de la calificación de Matrícula de Honor será necesario obtener una calificación mínima de 9 puntos así como la realización de una entrevista con el profesor responsable del grupo al que pertenezca el alumno a fin de valorar el desenvolvimiento oral en la materia. Dicha entrevista será calificada.

En caso de existir más aspirantes a Matrículas de Honor que las que permite la normativa de la UMA, la calificación obtenida en la mencionada entrevista servirá para dirimir esta circunstancia.

#### ALUMNOS A TIEMPO PARCIAL:

Para los alumnos a tiempo parcial el procedimiento de evaluación se diferencia del anteriormente expuesto en el hecho de que del 10% (1 punto) que se puede obtener por asistencia, obtuviera 0%, el examen final supondría un 70% (7 puntos). En caso de que por asistencia el alumno a tiempo parcial tenga una puntuación superior a 0, pero inferior a 1, podrá renunciar a esa calificación para que el examen final se le valore sobre el 70% (7 puntos). Esta circunstancia debe especificarla el alumno claramente en el examen final.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Contabilidad. Adaptada al PGC 2008; GARCÍA MARTÍN, V. (Coord); 9788436825497; Pirámide; 2011; Madrid

Contabilidad financiera superior; BESTEIRO VARELA, M.A. y MAZARRACÍN BORREGUERO, M.R.; 9788436825466; Pirámide; 2011; Madrid

Ley 37/1992 del Impuesto sobre el valor añadido

Prácticas de contabilidad financiera; LOSILLA, M.F, MORENO, A. y RODRÍGUEZ, F.; 9788492812356; Garceta; 2011; Madrid

RD 1514/2007 por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad

108 ejercicios de valoración en contabilidad financiera; OSÉS GARCÍA, J. y GARCÍA MARIMÓN, X.; 9788492812769; Garceta; 2010; Madrid

#### Complementaria

Contabilidad de agencias de viajes mayoristas; GUTIERREZ VIGUERA, M.; Técnica contable; 2005

Contabilidad de agencias de viajes minoristas (I); GUTIERREZ VIGUERA, M.; Técnica contable; 2005

Contabilidad de agencias de viajes minoristas (y II); GUTIERREZ VIGUERA, M.; Técnica contable; 2005

Contabilidad de empresas hoteleras; GUTIERREZ VIGUERA, M.; Técnica contable; 2005

Contabilidad y finanzas para hoteles; AMAT SALAS, O.; 9788486703844; EADA; 1992

Curso básico de contabilidad financiera; VACAS GUERRERO, C.; 9788477381327; Síntesis; 2002; Madrid

La aplicación por sectores del nuevo Plan General de Contabilidad; GUTIERREZ VIGUERA, M.; 9788482357577; CISS; 2008; Madrid

La contabilidad de gestión en las empresas hoteleras; AECA; 8489959838; AECA; 2005; Madrid

La contabilidad del IVA en las agencias de viajes; VACAS GUERRERO, C.; Actualidad Financiera; 1993

Manual de derecho administrativo turístico; ARCARONS SIMON, R.; 9788477386780; Síntesis; 1999; Madrid

Manual práctico sobre la fiscalidad en las agencias de viajes; GUIJARRO CABRERA, R.; 9788461544400; Finantur; 2011

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Inglés Aplicado al Turismo III
<b>Código:</b>	303
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Idioma moderno aplicado al sector turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA INGLESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA ISABEL ROMERO RUIZ	mirr@uma.es	952131830	-	Primer cuatrimestre: Lunes 16:30 - 18:30, Miércoles 10:00 - 14:00
MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	mdfernandez@uma.es	952133259	27 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 16:00, Miércoles 15:00 - 16:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Lunes 14:00 - 16:00, Martes 09:00 - 11:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Pese a que no existe ningún requisito previo para esta asignatura se recomienda a los estudiantes que no la cursen sin haber superado previamente INGLÉS APLICADO AL TURISMO I e INGLÉS APLICADO AL TURISMO II. Teniendo en cuenta la especificidad de la asignatura y su carácter instrumental, igualmente se recomienda a los estudiantes la asistencia regular a todas las sesiones de <Gran Grupo> así como a las de <Grupo Reducido> que se programen. Asimismo, se insta a los estudiantes a la realización de todas las actividades y prácticas dirigidas que, como complemento a las tareas establecidas, proponga el responsable de la asignatura.

### CONTEXTO

Esta asignatura tiene como objetivo la adquisición de una serie de competencias por parte de los alumnos que les permitan el ejercicio profesional en los distintos ámbitos del sector turístico sirviéndose de la lengua inglesa como vehículo de comunicación. A tal efecto y usando un enfoque de naturaleza comunicativa-funcional, esta asignatura se incardina en el plan de estudios vigente como una materia que, de un lado, aporta al alumno la fundamentación sociolingüística necesaria para acceder al cuerpo del conocimiento y a las fuentes bibliográficas en lengua inglesa de otras materias de la titulación y, por otro, le permitirá ejercer su profesión utilizando la lengua inglesa como lingua franca del mundo económico y empresarial en el sector turístico durante el siglo XXI.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>1.13</b> | Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero |
| <b>1.15</b> | Trabajar en inglés como lengua extranjera             |
| <b>1.29</b> | Trabajar en medios socioculturales diferentes         |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### CONTENIDOS

- MÓDULO 1 Trends in tourism
- MÓDULO 2 Dealing with messages
- MÓDULO 3 Hotel branding
- MÓDULO 4 Sustainability
- MÓDULO 5 Airport

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### a) Resultados de aprendizaje

Los alumnos que hayan cursado la asignatura deberán ser capaces de utilizar la lengua inglesa en un contexto turístico, y en concreto en el ejercicio de la profesión correspondiente a la titulación, así como conocer la terminología específica adecuada en inglés. Asimismo, será capaz de expresarse en este segundo idioma dentro de los campos de especialización de su profesión y en la relación cliente-profesional del turismo.

#### b) Criterios de evaluación

Las prácticas son obligatorias y se conciben como un elemento esencial para la plena adquisición de las competencias incluidas. Asimismo y a tenor de los objetivos y competencias de la asignatura, se entiende que la asistencia y seguimiento de todas las sesiones programadas se considera imprescindible para la superación de la asignatura.

No obstante, los alumnos en régimen de matriculación a tiempo parcial así como los deportistas universitarios de alto nivel disfrutarán de un régimen de asistencia flexible y podrán realizar las prácticas obligatorias en horarios ad hoc cuando no puedan asistir a las sesiones regularmente establecidas.

### PROCEDIMIENTO DE 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

Número de pruebas: 2

2 pruebas audiorales 20%

Componente de la calificación 20%

a.2) Realización de una prueba individual en la que se evaluarán los conocimientos teóricos y prácticos, el correcto empleo del lenguaje oral y escrito, etc. que demuestren el uso correcto de técnicas de comunicación en lengua inglesa y su empleo en ámbitos profesionales, así como en medios socio-culturales diferentes

Descripción de la prueba y sus componentes:

Prueba final individual: 80%

Consta de las siguientes partes:

-Una prueba escrita (80%) que a su vez se compondrá de:

Gramática

Conocimiento lenguaje turístico

Comprensión escrita

Comprensión oral

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%). La fecha de realización de la prueba oral se anunciará durante la celebración de la prueba escrita.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

A Writer's Workbook; SMOKE, Trudy; Cambridge University Press; 2005; Manual

Business Grammar Builder; EMMERSON, Paul; Macmillan; 2002; Gramática

Business Result Intermediate; BAADÉ, Kate et alia; Oxford University Press; 2009; Manual

Business Vocabulary Builder; EMMERSON, Paul; Macmillan; 2009; Vocabulario

English for Business Communication; SWEENEY, Simon; Cambridge University Press; 2003; Second Edition. Manual

English for International Tourism - Upper Intermediate (CD Audio book). Pearson; 2013; Manual

English for International Tourism - Upper Intermediate (Student's book) STRUTT, Peter. Pearson; 2013; Manual

English for International Tourism - Upper Intermediate (Workbook) COWPER, Anna. Pearson; 2013; Manual

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

eTourism. Information technology for strategic tourism management; BUHALIS, Dimitrios; Pearson; 2002; Manual  
 Events Management; BODWIN, Glenn, et alia; Butterworth-Heinemann; 2006; Eighth Edition. Manual  
 Grammar Troublespots; RAIMES, Ann; Cambridge University Press; 2004; Gramática  
 Nitty Gritty Grammar; STRAUCH, Ann O.; Robert YOUNG; Cambridge University Press; 2005; Gramática  
 Presentations in English; WILLIAMS, Erica J.; Macmillan; 2008; Manual  
 The Business of Tourism; HOLLOWAY, Christopher; Prentice Hall; 2009; Manual  
 Tourism Management: Managing for Change; PAGE, Stephen; Butterworth-Heinemann; 2003; Manual  
 Tourism 3; WALKER, Robin; HARDING, Keith; Oxford University Press; 2009; Manual  
 Writing in Paragraphs; ZEMACH, Dorothy; Carlos ISLAM; Macmillan; 2010; Manual  
 You said it!; SHEPARD WONG, Mary; Cambridge University Press; 1998; Pronunciación

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Marketing Turístico
<b>Código:</b>	304
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Marketing turístico
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de universidad: marketing turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Área:</b>	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	mjcarrasco@uma.es	952132692	4305A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 08:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 14:00 - 15:00, Jueves 08:00 - 09:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Viernes 08:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La asignatura está diseñada para desarrollar dos tipos de competencias diferentes:

- Competencias teóricas: conocimientos teóricos de fundamentos de marketing. El alumno debe trabajar el tema que se va a tratar en la clase teórica antes de que esta se imparta (ver programación temporal). En las clases teóricas se debatirán los temas planteados por los estudiantes y se desarrollarán aquellos aspectos más interesantes de los temas. En ocasiones, se completarán los temas de la bibliografía con apuntes complementarios. Las fuentes de información teórica (materia de examen) serán: bibliografía y apuntes de clase.
- Competencias prácticas: el alumno aplicará sus conocimientos teóricos a los casos prácticos planteados. En esta parte de la asignatura se pretende que el estudiante aprenda a documentarse y a tomar decisiones en diversos tipos de entorno. Con ese fin, se tratará de abordar el estudio de organizaciones de sectores diferentes con el fin de que el alumno adquiera una adecuada cultura empresarial. Para obtener la máxima puntuación en esta parte, es importante que el alumno no se limite a los materiales teóricos y documente sus trabajos con otras fuentes de información, que variarán dependiendo del caso objeto de estudio.

### CONTEXTO

Esta materia tiene como fin iniciar al alumno en el conocimiento del marketing como función de las organizaciones y como filosofía de gestión.

Interés profesional y académico: La disciplina constituye en la actualidad una base de conocimiento clave para gestionar organizaciones orientadas al mercado, capaces de planificar y gestionar con eficiencia sus recursos en cualquier tipo de entorno.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>1.6</b>  | Tener una marcada orientación de servicio al cliente   |
| <b>1.11</b> | Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

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

- Concepto y características del producto turístico.
- La gestión de la oferta de servicios.
- El ciclo de vida del producto y el marketing turístico
- La marca y el producto turístico
- La diferenciación y el posicionamiento del producto turístico

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con el aprendizaje se pretende lograr los siguientes resultados en el alumno:

- Conocer las peculiaridades del proceso de producción del servicio turístico
- Conocer los procedimientos operativos para ofrecer los servicios de alojamiento, restauración e intermediación

Con la evaluación se pretende medir el nivel de alcance de estos objetivos y de las competencias especificadas.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación:

1. Examen Final.

Criterios:

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (80 % sobre la calificación final, siempre que el alumno obtenga un mínimo de un 3).

Actividad recuperable

2. Participación activa en clase.

Criterios:

Competencias a evaluar: Todas

Ponderación (5 % sobre la calificación final).

Actividad no recuperable

3. Trabajo en grupo.

Criterios:

Competencias a evaluar:

Ponderación (15 % sobre la calificación final).

Actividad no recuperable

Respecto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (Convocatoria de septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico, se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

Asimismo en lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Casos de turismo cultural; Font, J.; Ariel; 2004

De la ciudad histórica como destino turístico; Calle Vaquero, M.; Ariel; 2006

Destination marketing: an integrated marketing communication approach; Pike, S.; Elsevier; 2008

El consumidor turístico; Borja, L.; Casanovas, J.A.; Bosch, R.; Esic; 2002

El negocio de la felicidad; Chias, J.; Prentice Hall; 2004

Estrategias de marketing; Munuera, J.L.; Rodríguez, A.I.; Esic; 2007

Etourism case studies: management and marketing issues in etourism; Edger, R.; Buhalis, D.; Elsevier; 2008

Fidelización de clientes; Alcaide, Juan Carlos; Esic; 2010

Fundamentos de marketing turístico; Rey, M.; Síntesis; 2004

Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes; Albert Piñole, I.; Cerasa; 1999

Hoy es marketing; Llano, F.; Calvo, J.; Esic; 2007

La gestión de marketing en el turismo rural; Mediano, L.; Pearson; 2004

Los canales de distribución en el sector turístico; Alcázar Martínez, Benjamín del; Esic; 2002

Marketing communications in tourism and hospitality: concepts, strategies and cases; McCabe, S.; Elsevier; 2008

Marketing de ciudades; Elizagarate, V.; Pirámide; 2003

Marketing de destinos turísticos.; Bigne, E.; Font, X.; Andreu, L.; Esic; 2000

Marketing del turismo rural; García Henche, B.; Pirámide; 2003

Marketing in travel and tourism; Middleton, V.T.C.; Heinemman; 2001

Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage; Shoemaker, S.; Lewis, R.C.; Pearson; 2007

Marketing para turismo; Kotler, P.; Bowens, J.; Makens, J.; Rufin, R.; Reina, M.; Prentice Hall; 2004

Marketing tourism products: concepts, issues, cases; Seaton, A.V.; Bennet, M.M; Thomson; 1996

Marketing turístico; Lanquart, R.; Ariel; 2001

Marketing turístico; Muñoz Oñate, F.; Cerasa

Marketing turístico; Serra, A.; Pirámide; 2002

Marketing: conceptos y estrategias; Santemas Mestres, M.; Pirámide; 2007

Parques Temáticos; Antón Clave, S.; Ariel; 2005

Progress in tourism marketing; Kozak, M.; Andreu, L.; Elsevier; 2006

Servucción: el marketing de los servicios; Eiglier, P; Langeard, E.; McGraw Hill; 1991

Tourist marketing and management handbook; Witt, S.F.; Moutinho, L.; Prentice Hall; 1994

200 ideas para atraer clientes a un hotel; Biosca, D.; Gestión 2000; 2003

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 45

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL** 90

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN** 15

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE** 150

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Psicología Social del Turismo
<b>Código:</b>	305
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Psicología social del turismo
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de universidad: Psicología social del turismo
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES  
**Área:** PSICOLOGÍA SOCIAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	mchidalgo@uma.es	952132465	-	Primer cuatrimestre: Miércoles 12:00 - 14:00, Martes 11:00 - 13:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 14:00, Miércoles 12:00 - 14:00
MARIA ANGELES PELAEZ FERNANDEZ	mapelaez@uma.es	608839585	-	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 11:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 13:00 - 14:00, Miércoles 11:00 - 13:00, Viernes 11:15 - 14:15

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

No se requieren conocimientos previos y/o aprobar otras asignaturas de la Titulación

### CONTEXTO

La Psicología Social del Turismo trata de analizar los procesos psicosociales del turismo: el impacto psicosocial del turismo, interacción turistas-residentes, actitude y comportamiento, lealtad al destino, motivación turística, etc. Frente a otras asignaturas que tienen una perspectiva externa (económica, legal, geográfica, etc.), en esta asignatura se ofrece la perspectiva personal del propio turista y de los residentes en núcleos turísticos.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>1.1</b>  | Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica |
| <b>1.23</b> | Analizar los impactos generados por el turismo  |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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).

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

### 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.
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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Comprender los factores psicosociales implicados en la actividad turística.  
Analizar la interrelación turista-residente.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Examen final tipo test consta de 40 preguntas de tres alternativas de respuesta, en la que sólo una es correcta.

La fórmula de corrección es Aciertos - (Errores/2).

El examen consta de parte teórica (70%) y parte práctica (30%)

La parte teórica se evalúa únicamente en el examen final (7 puntos).

Las prácticas de la asignatura se pueden aprobar bien mediante evaluación continua (3 puntos) bien mediante la realización de la parte práctica del examen. Los alumnos que tengan superada la parte práctica mediante la evaluación continua, no tendrán que realizar el examen práctico.

En la segunda convocatoria y siguientes, los alumnos deberán examinarse de ambas partes (teoría y práctica).

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press; Festinger, L.
- (1963). Behavioral Study of Obedience". Journal of Abnormal and Social Psychology, 67, 371-378.; Milgram, S.
- (1992). El animal social. Madrid: Alianza.; Aronson, E.
- (1997). Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona: Paidós.; Van Dijk, T. A.
- (1999). Estereotipos. En Morales, J. (Ed). Psicología Social, (pp.87-98). Madrid: McGrawHill.; Huici, C.
- (1999). The Milgram paradigm after 35 years: Some things we now know about obedience to authority. Journal of Applied Social Psychology, 25, 955-978.; Blass, T.
- (2002). ¿Son peligrosos los estereotipos? En S. Worschel, J. Cooper, G. Goethals, y J.Olson. Psicología Social, (pp.205-206). Madrid: Thomson.; Sangrador, J. L., Yela, C. y Jiménez Burillo, F.
- (2004). Psicología Social, Cultura y Educación. Pearson Educación.; Fernández Sedano, I., Ubillos Landa, S., Zubieta, E., y Páez Rovira, D.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- (2004). Psicología del ocio y el turismo. Archidona, Málaga: Aljibe.; San Martín García, J. E.
- (2005). Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos. Málaga: Aljibe.; Moral, F. e Igartua, J.J.
- (2005). Psicología social de los viajes y del turismo. Madrid: Thomson.; Castaño, J. M.
- (2006). Identidad Social y Política en la Transición Democrática Mexicana. Revista Interamericana de Psicología, 40 (1), 5-11.; Rodríguez, G. y Cruz, K. P.
- (2007). Estereotipos. En Morales, J. y otros (coords.). Psicología Social, (pp.214-241). Madrid: McGrawHill; Gómez Jiménez, A.
- (2007). Nosotros somos humanos, los otros no. El estudio de la deshumanización e infrahumanización en psicología. Revista IPLA, 1(1), 28-39.; Rodríguez Pérez. A.
- (2007). Psicología Social. Mc Graw Hill. Madrid.; Morales, J. F., Gaviria, E., Moya, M. C. y Cuadrado, I.
- (2009). Introducción a la psicología social. Madrid: Sanz y Torres.; Gaviria, E., Cuadrado, I.
- (2010). Psicología social. Madrid: Médica Panamericana.; Hogg, M. A, Vaughan, G. M.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	11,7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Derecho Administrativo Turístico
<b>Código:</b>	306
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Derecho aplicado al sector turístico
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: derecho aplicado al sector turístico
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** DERECHO PÚBLICO  
**Área:** DERECHO ADMINISTRATIVO

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ISABEL GONZALEZ RIOS	isa_gonzalez@uma.es	952132232	D-I.Gonz. - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:45 - 18:45, Martes 11:00 - 12:00, Jueves 11:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Miércoles 16:45 - 18:45 Segundo cuatrimestre: Jueves 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 11:00, Miércoles 13:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00
MARIA ISABEL JAIMEZ GAGO	ijaimenz@uma.es	952132235	D-I.Jaimez - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 15:00 - 16:00, Martes 15:00 - 16:00, Miércoles 15:00 - 16:00, Viernes 15:00 - 16:00, Lunes 20:00 - 21:00, Jueves 15:00 - 16:00 Segundo cuatrimestre: Viernes 14:00 - 17:00, Jueves 08:00 - 11:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se recomienda la asistencia a clases para superar la asignatura. La asistencia será especialmente importante para superar los temas 7 al 10 por evaluación continua, mediante las actividades formativas propuestas.

### CONTEXTO

Esta asignatura se imparte en Tercer Curso del Grado en Turismo, sin que tenga un antecedente previo en el Plan de Estudios a salvo de otras asignaturas jurídicas.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.4 Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas
- 1.14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como criterios de evaluación se tendrá en cuenta la corrección en la expresión escrita y la suficiencia de conocimientos sobre la materia explicada en clase, la asistencia y participación activa en las clases.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se realizará un examen final teórico-práctico de toda la asignatura para comprobar la adquisición de competencias, habilidades y conocimientos. Esta prueba supondrá un 70% de la calificación final. La realización de trabajos (supuestos prácticos, búsqueda de información bibliográfica o normativa, la

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

realización de escritos jurídicos), las presentaciones públicas de trabajos relacionados con los temas 7 al 10 de temario, la asistencia a clases y tutorías, así como, la participación en clase implicarán el restante 30 % de la calificación final. La calificación de Matrícula de Honor se asignará a aquellos estudiantes que obtengan la mayor calificación en el examen final y resto de actividades formativas y que hayan demostrado un especial rendimiento y aprovechamiento; y ello, dentro de los límites reglamentariamente establecidos.

Para la segunda convocatoria ordinaria de examen, así como, para las convocatorias extraordinarias el sistema de evaluación consistirá en un examen teórico de todo el temario de la asignatura, el cual supondrá el 100% de la calificación.

Respecto de los alumnos a tiempo parcial, que acrediten tal condición, se atenderá su derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante. Ello, en ningún caso podrá suponer el sometimiento a un sistema de evaluación específico.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Derecho Administrativo del Turismo. Barcelona. Ed. Marcial Pons.2001.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C.  
 Introducción al Derecho para el Sector Turístico.Madri. Thonson Aranzadi, 2005; FERNÁNDEZ ORTEGA, M.  
 Manual de Derecho Administrativo Turístico. Madrid. Ed. Síntesis, 2000.; ARCANONS SIMÓN, R.  
 Ordenación del territorio y Turismo ( un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio). Ed. Atelier.2006.; BOUAZZA ARIÑO, OMAR  
 Turismo Sostenible: Especial referencia a Andalucía. Coord. González Ríos, I., Dykinson, 2012.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Difusión Turística del Patrimonio Cultural
<b>Código:</b>	307
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Patrimonio
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: Patrimonio
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://turismo.cv.uma.es/course/view.php?id=500">http://turismo.cv.uma.es/course/view.php?id=500</a>

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	HISTORIA DEL ARTE
<b>Área:</b>	HISTORIA DEL ARTE

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	fjrodriguez@uma.es	952132223	215 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 10:30 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00
MARIA ASCENSION MORENTE DEL MONTE	m_morente@uma.es	952132145	F-6 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.30 Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 1º. El papel del turismo en la difusión del patrimonio cultural

- 1º. El papel del turismo en la difusión del patrimonio cultural

#### 2º. Museos convencionales, nuevos museos y difusión del patrimonio

- 2º. Museos convencionales, nuevos museos y difusión del patrimonio

#### 3º. Público y museología en los grandes museos españoles

- 3º. Público y museología en los grandes museos españoles

#### 4º. Difusión del patrimonio sobre el papel: guías y folletos turísticos

- 4º. Difusión del patrimonio sobre el papel: guías y folletos turísticos

#### 5º. Las nuevas tecnologías en la difusión del patrimonio: webs, realidad aumentada, formatos mp3, blue-tooth y otras aplicaciones informáticas

- 5º. Las nuevas tecnologías en la difusión del patrimonio: webs, realidad aumentada, formatos mp3, blue-tooth y otras aplicaciones informáticas

#### 6º Interpretación frente a información: concepto y uso de la interpretación del patrimonio

- 6º Interpretación frente a información: concepto y uso de la interpretación del patrimonio

#### 7º La información turística como profesión: el guía de turismo

- 7º La información turística como profesión: el guía de turismo

#### 8º. Patrimonio cultural y recurso turístico: las rutas culturales

- 8º. Patrimonio cultural y recurso turístico: las rutas culturales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.

### PROCEDIMIENTO DE 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.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos nº. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.; VV.AA.,  
Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010; QUEROL, M<sup>a</sup>. Ángeles, .

#### Complementaria

- ; BALLART, Josep, El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso, Barcelona, 1997.
- ; 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<sup>a</sup>. y CUENCA LÓPEZ, J.M<sup>a</sup>., La Musealización del Patrimonio, Universidad de Huelva, 2009.
- ; 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<sup>a</sup>. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.
- ; QUEROL, M<sup>a</sup>. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.
- ; QUEROL, M<sup>a</sup>. 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 nº. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.
- ; VV.AA., Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos nº. VII, Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1996.
- ; VV.AA., Guía oficial de Museos de Andalucía 2010, Consejería de Cultura, 2010.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

; 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.

Andalucía en la red. La construcción de la imagen de lo andaluz en internet; GUARINOS, V.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	11,7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo
<b>Código:</b>	308
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
JOSEFA GARCIA MESTANZA	jgm@uma.es	952131267	4303 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:30 - 14:30, Viernes 10:30 - 11:30, Lunes 08:30 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 12:30, Martes 12:30 - 14:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es conveniente haber cursado el bachillerato de Ciencias Sociales.

Se recomienda:

1. La asistencia continuada a clase, que es donde se van marcando las directrices para el seguimiento de la asignatura, y se especifica el contenido para el trabajo autónomo del alumnado
2. La realización de todas las actividades que se recomienden para un mejor aprovechamiento de las clases
3. La participación activa y de calidad en clase, mientras el profesorado realiza la evaluación continua de la asignatura
4. El uso continuo de la plataforma

### CONTEXTO

La temática que aborda esta asignatura está relacionada con la problemática que plantea la gestión de la producción y de la calidad en empresas del sector Turístico, con un enfoque eminentemente práctico. Por tanto, está relacionada con todas las asignaturas del área de organización de empresas que se imparte en la titulación.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>1.20</b> | Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento   |
| <b>1.21</b> | Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración  |
| <b>1.22</b> | Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación |
| <b>1.32</b> | Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas             |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

1. La producción en las empresas turísticas. Conceptos básicos.
2. Planificación y programación de la producción en la empresa turística.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con el aprendizaje se pretende lograr los siguientes resultados en el alumno:

- Conocer las peculiaridades del proceso de producción del servicio turístico
- Conocer los procedimientos operativos para ofrecer los servicios de alojamiento, restauración e intermediación
- Saber llevar a cabo una gestión integral de la calidad en el sector turístico

Con la evaluación se pretende medir el nivel de alcance de estos objetivos y de las competencias especificadas.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

En las convocatorias ordinarias de junio y septiembre el proceso de evaluación será el siguiente:

1. Examen final en la fecha fijada por el centro: puntúa el 80% de la calificación. Para aprobar hay que superar el 25% del contenido práctico y el 40% del contenido teórico. El examen versará sobre los conceptos teórico-prácticos impartidos en clase, de acuerdo con el temario de la asignatura.
2. Trabajo a realizar en grupo: puntúa el 15% de la calificación.
3. Participación activa en clase: puntúa el 5% de la calificación

En el resto de las convocatorias el proceso de evaluación será la realización de un único examen, en la fecha fijada por el centro, que versará sobre los conceptos teórico-prácticos impartidos en clase, de acuerdo con el temario de la asignatura. Para aprobar hay que superar el 25% del contenido práctico y el 40% del contenido teórico.

Para obtener Matrícula de Honor Hay que sacar un 10 en la asignatura, en caso de que haya más alumnos con un 10 que número de Matrículas se puedan otorgar, los alumnos que deseen acceder a la Matrícula de Honor tendrán que realizar un trabajo individual que le indicará el profesor, obteniendo la Matrícula los que presenten los mejores trabajos.

En lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderá el derecho de reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Calidad total; GARCÍA, J.; Cuaderno de Ciencias Económicas y Empresariales, nº 20; 1997
- Gestión de la calidad del servicio. En "Manual práctico del management"; GARCÍA, J.; Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias; 2000
- Gestión y dirección de empresas turísticas.; PARRA, E.; CALERO, F.; McGrawHill.; 2006
- Martín Rojo, I. (2009): Dirección y gestión de empresas del sector turístico. (4ª edición). Madrid: Pirámide.
- Martín Rojo, I. (2012): "La calidad en las empresas turísticas", en La actividad turística española en 2011. Ed. Ramón Areces y AECIT ¿Asociación de Expertos Científicos en Turismo. Madrid
- Operaciones y procesos de producción en el sector turístico; BAYÓN, F. Y MARTÍN, I.; Síntesis; 2004
- Organización y gestión de empresas turísticas.; CASANUEVA ROCHA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J., CARO GONZÁLEZ, F.J. ;; Pirámide; 2005
- Procesos de trabajo. Teoría y casos prácticos; RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, M.; Prentice Hall; 2007



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 45

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL** 90

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN** 15

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE** 150

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas
<b>Código:</b>	309
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
<b>Experimentalidad:</b>	69 % teórica y 31 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Inglés, Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://turismo.cv.uma.es/">http://turismo.cv.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 11:00 - 13:00 Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00
MARIA INMACULADA YAGUE VALLE	yague@uma.es	952137154	-	Primer cuatrimestre: Lunes 11:45 - 13:45, Viernes 12:45 - 13:45, Jueves 09:45 - 12:45 Segundo cuatrimestre: Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 17:00 - 18:00, Martes 11:00 - 13:00, Lunes 13:00 - 14:00
MARLON NUÑEZ PAZ	mnuez@uma.es	952133313	3.2.27 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.24** Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Tema 1. Introducción a los sistemas de información

- Definición y tipos
- Conectividad
- Sistemas integrales: ERP, CRM, BI

Tema 2. Introducción a los sistemas informáticos de gestión hotelera

- Área de gestión, ofimática, comunicaciones e informática
- Gestión integrada de un sistema informático de gestión hotelera.
- Ciclo de vida de los procesos.
- Software de aplicación de gestión hotelera.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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

Program Contents

Module 1. Introduction to Information Systems

1. Definition and Classification.
2. Connectivity.
3. Enterprise Integration Systems: ERP, CRM, BI.

Module 2. Introduction to Property Management Systems.

1. Management, Office Automation, Communications and Hospitality Automation.
2. Integrated Management of a Property Management System.
3. Life cycle of Processes.
4. Property Management Systems software.

Module 3. Computerized Management of Back-Office and Front-Office processes.

1. Parameterization of the System.
2. Cardex Management: Clients and Intermediaries.
3. Departments Management, Productive Centres, Services and Rates.
4. Rack Management.
5. Booking and Check-in Management
6. Charge management, billing and Check-out
7. Back-office integration process
8. Night process

Module 4. Touristic Intermediaries Computerized Management.

1. Computerized Management of Business Management Processes of Travel Agencies.
2. Integrated Management of a Travel Agency Information System.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

3. Travel Agencies Software.

Module 5. Integration with Commercialisation Systems.

1. Connection with Global Distribution Systems.
2. Property Management Systems and Booking Centers Integration.
3. Integration with Intermediary systems.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en laboratorio

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La competencia general Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico se desglosa en los siguientes resultados de aprendizaje:

- 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.

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización de las tareas y ejercicios prácticos.

Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

a) Tipo y número de pruebas

a.1) Evaluación continua: 30% de la calificación final

Tipo de actividad a evaluar	Número de pruebas	Componente de la calificación (%)
Prácticas en aulas de informática/laboratorio	12 (aprox.)	30%

a.2) Realización de una prueba individual: 70% de la calificación final

La prueba final constará de dos partes:

Parte 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.

Parte 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 anterior un mínimo del 35% de la calificación máxima.

b) Componentes para la calificación final

Tipo de evaluación	Componente de la calificación
Evaluación continua	3
Prueba individual	7
<b>TOTAL CALIFICACION</b>	<b>10</b>

c) Convocatoria de Septiembre

En la convocatoria de septiembre se realizará una prueba individual única con la misma estructura y requisitos que la prueba final ordinaria.

Aquellos alumnos que durante el curso hayan obtenido, al menos el 50% de la componente de evaluación continua, podrán mantener dicha calificación. En tal caso, la calificación de la prueba final se hará sobre 7 puntos.

Para el resto de alumnos, la puntuación de la prueba será sobre 10 puntos.

d) Convocatorias extraordinaria de repetidores

Se realizará una prueba individual única con la misma estructura y requisitos que la prueba final ordinaria. La calificación será sobre 10 puntos.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Dirección hotelera. Operaciones y procesos; González, Lydia y Talón, Pilar; Síntesis; 2003
- Front Office. Manual de usuario; Beroni Informática
- Gestión informática hotelera; Torres Sánchez, M.; Ideaspropias; 2004
- Hotel management and operations, 4th Edition; Rutherford, D. y O'Fallon, M.; John Wiley and Sons; 2007
- Informática Hotelera; Pereyra, S.; Dunken; 2006
- Opera. User guide; Micros Fidelio
- Operaciones y procesos de producción en el sector turístico; Bayón, Fernando y Martín, Inmaculada; Síntesis; 2004
- Orbis Windows. Manual de usuario; Pipeline Software
- Othello. Manual del usuario; Millenium Soft
- Sistemas de información gerencial. 10ª edición; Laudon, K. & Laudon, J.; Pearson; 2007
- Sistemas Informáticos aplicados al Turismo; Guevara, A. et. al.; Pirámide; 2003

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	31,1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en laboratorio	13,9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Planificación Territorial y Turismo Sostenible
<b>Código:</b>	310
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Planificación territorial y turismo sostenible
<b>Módulo:</b>	Créditos comunes: planificación territorial y turismo sostenible
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	3
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 18:30 - 20:30, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 13:30, Viernes 17:00 - 19:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00
JOSE MARIA SENCIALES GONZALEZ	senciales@uma.es	952133445	115 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Todo el curso: Martes 12:00 - 13:30 Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 10:30, Miércoles 09:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Viernes 12:00 - 13:30, Jueves 09:00 - 10:00, Jueves 11:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología docente incluye sesiones de clases de práctica sistematizadas (teóricas), prácticas y un seguimiento de los trabajos autónomos de los alumnos

La asistencia a las clases y actividades será controlada por el docente.

#### Clases de práctica sistematizadas (teóricas)

Para cada tema los docentes expondrán 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 orientación al estudiante en la elaboración (individual o grupos) de los trabajos prácticos de cada bloque temático.

Actividades prácticas no presenciales: Lecturas obligatorias y realización de casos de estudios y aplicaciones a modo de informes técnicos

Salida-Técnica y trabajo de campo: de carácter voluntario a un espacio de interés turístico

### CONTEXTO

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante

### COMPETENCIAS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

1.8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
1.19	Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad
1.23	Analizar los impactos generados por el turismo
1.25	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado
1.28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### 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

##### 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

##### LA SOSTENIBILIDAD Y EL TURISMO SOSTENIBLE

TEMA 4. DESARROLLO SOSTENIBLE Y TURISMO SOSTENIBLE

TEMA 5. LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL TURISMO Y EL TURISMO SOSTENIBLE

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

###### Actividades expositivas

Lección magistral

###### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con la asignatura Planificación Territorial y Turismo Sostenible se prevé que el estudiante:

-Comprenda el espacio turístico como hecho geográfico desde distintas escalas de observación y se inicie en el conocimiento de los diferentes instrumentos de planificación territorial incidentes en la actividad turística a estas diversas escalas.

-Entienda las distintas etapas del proceso de planificación turística, desde el análisis y el diagnóstico previo, hasta la definición de estrategias, programas y actuaciones.

-Conozca 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.

-Comprenda 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.

#### PROCEDIMIENTO DE 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%)<sub>i</sub>

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.

En las convocatorias extraordinarias el procedimiento será el mismo que en las convocatorias ordinarias.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

A propósito del turismo : la construcción social del espacio turístico; Anton Clavé, González Reverté (Coord.); UOC; 2008

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Agenda para planificadores locales: Turístico Sostenible y Gestión municipal.; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO; OMT; 1999  
 Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos; VERA (coord), LOPEZ PALOMEQUE, MARCHENA GOMEZ y ANTON CLAVE; Edt. Tirant lo Blanc; 2011  
 Desarrollo Sostenible. Guía para planificadores locales; ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO; OMT; 1993  
 Desarrollo turístico sostenible en el medio rural; CROSBY PEREA, ARTURO; CEFAT; 1993  
 Planificación territorial del turismo; Anton Clavé, González Reverté (Coord.); UOC; 2005  
 Planificación turística de los espacios regionales en España; IVARS BAIDAL, J.A; Síntesis; 2003  
 Tourism Planning. Basics concepts cases; GUNN, CLARE, A.; Taylor & Francis; 1993  
 Turismo. Planeación, administración y perspectivas; MACINTOSH, R., GOELDNER, CH y RITCHIE, J.R; Edt. Limusa.; 1999

### Complementaria

Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico; BUADES, J.; Icaria; 2009  
 Exportando paraísos. La colonización turística del planeta; BUADES, J.; La Lucerna; 2006  
 La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer; TURNER, L. I ASH, J; Endymion; 1975  
 Raíces económicas del deterioro ecológico y social.; NAREDO, J.M; Siglo XXI; 2006  
 Reconversión y crecimiento de las zonas turísticas. Del fordismo al postfordismo; RULLAN, O.; 2008; En Troitiño, M.A.; García, J.S. y García, M. (coord.) Destinos turísticos, viejos problemas, ¿nuevas soluciones? AGE-UCLM, Cuenca. pp. 587-624.  
 TURISMO PLACEBO. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico; Macià Blázquez & Ernest Cañada (editores); Edita ALBA SUD y GIST; 2011

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	33	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos
<b>Código:</b>	401
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)  
**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 11:00 - 13:00, Jueves 09:00 - 11:00, Viernes 18:00 - 20:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Los contenidos de la asignatura son perfectamente asequibles para aquellos alumnos que tengan unos conocimientos mínimos del sector turístico. Dichos conocimientos mínimos se dan por asumidos por los alumnos matriculados, dado que se imparte la docencia en cuarto curso, por lo que no se requiere ningún tipo de orientación ni recomendación específica.

### CONTEXTO

La asignatura es optativa en cuarto curso. Supone la culminación de parte del ciclo formativo del alumno aportando una visión más real y realista (alejada de los modelos teóricos y apegada a la realidad del mercado) de los mercados turísticos. En particular, se hace hincapié en aquellos segmentos de mercado que, bien por su carácter emergente o bien por ser segmento estadísticamente menos importantes que el segmento de sol y playa, son tratados en menor medida a lo largo de la carrera pero, sin embargo, son en estos momentos un importante nicho de mercado y de empleo en el sector.

El tratamiento de la asignatura es, por lo tanto, activo y proactivo, elaborándose materiales a lo largo del curso tanto por los alumnos como por el profesorado y atendiendo a las últimas referencias de bibliografía (fundamentalmente, revistas académicas y/o profesionales), eventos y posibilidades de formación. En este sentido, se utiliza como canal o herramienta preferente, las nuevas tecnologías asociadas a redes sociales e internet como vía de adquisición del conocimiento y de obtención de información relevante para el conocimiento del mercado.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.2 Analizar la dimensión económica del turismo
- 1.6 Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- 1.7 Reconocer los principales agentes turísticos

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Introducción

Lección 1ª Introducción

- 1.1. Concepto y definición de oferta complementaria.
- 1.2. Los segmentos turísticos.
- 1.3. Metodología para la investigación en turismo.

#### El turismo MICE

Lección 2ª: El turismo MICE

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 2.1. Introducción: conceptualización de turismo MICE.
- 2.2. Turismo de congresos: estructura de mercado e importancia en España.
- 2.3. Turismo de incentivos: estructura de mercado e importancia en España.
- 2.4. Turismo de eventos: impacto económico, social y de imagen.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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.

### **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. La ciudad como oferta turística: el city break.
- 7.5. Las fiestas y celebraciones religiosas como atractivo turístico: importancia económica para el caso de España.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### **Actividades Presenciales**

#### **Actividades expositivas**

Lección magistral

#### **Actividades prácticas en aula docente**

Otras actividades prácticas

#### **Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.**

Exposición de trabajos

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### CRITERIOS DE EVALUACION

Los criterios de evaluación se detallan en el apartado "Procedimiento de Evaluación". No obstante, en este apartado se reseñan los criterios más importantes:

En las convocatorias ordinarias, se tendrá en cuenta la asistencia y participación en clases tanto teóricas como prácticas del alumno. Este ítem supondrá el 30% del total de la calificación de la asignatura. La realización de un trabajo sobre uno o varios de los contenidos del temario supondrá igualmente el 30% del total de la calificación final. Finalmente, se realizará un examen final tipo test con los contenidos desarrollados en clase, la bibliografía recomendada, las lecturas recomendadas y las actividades formativas planteadas que supondrá el 40% de la calificación final. En la convocatoria extraordinaria se realizará un examen tipo test de 20 preguntas que supondrá el 100% de la calificación final de la asignatura.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### SISTEMAS EVALUACION

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 30% 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 30% 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 40% 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 imparten, 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:

$$NF = N1 \cdot 0,3 + N2 \cdot 0,3 + N3 \cdot 0,4$$

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 imparten, 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.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Artículos científicos facilitados en clase; Varios

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	4,5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Exposición de trabajos	4,5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas
<b>Código:</b>	402
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	CONTABILIDAD Y GESTIÓN
<b>Área:</b>	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	ajperez@uma.es	952133266	D-4 Vicedecano - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 09:30 - 15:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

<b>1.9</b>	Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas
<b>1.10</b>	Gestionar los recursos financieros

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

CONTABILIDAD DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos y competencias citados y que deberán adquirir los alumnos se efectuará atendiendo a un sistema diversificado con pruebas teórico-prácticas.

La nota final estará conformada de la siguiente manera:

A. Un examen final teórico-práctico 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. Consistirá en la realización de 4 ejercicios prácticos que el alumnado tendrá que solucionar y entregar a través de la Plataforma del Campus Virtual de la Universidad de Málaga y que serán propuestos a medida que se explique en clase la materia de cada tema.

Respecto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (Convocatoria de septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico, se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

Asimismo en lo que se refiere al alumno a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa de la UMA. En este sentido, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

CONTABILIDAD DE COSTES. CUESTIONES, SUPUESTOS PRÁCTICOS RESUELTOS Y PROPUESTOS. Ed. Pearson-Educación, 2003; BLANCO, AIBAR y RIOS  
CONTABILIDAD DE COSTES. SUPUESTOS PRÁCTICOS. Ed. Pearson-Educación, 2004; TEJADA, PEREZ, NUÑEZ y JIMENEZ  
CONTABILIDAD DE COSTES Y CONTABILIDAD DE GESTIÓN (vol.1). Ed. McGraw Hill, 1993; SAEZ, FERNANDEZ Y GUTIERREZ  
CONTABILIDAD DE COSTOS. UN ENFOQUE GERENCIAL. Ed. Prentice-Hall Hispanoamericana. 2007; HORGREN, FORSTER y DATAR  
CONTABILIDAD DE GESTION (calculo de costes). Ed. Pirámide, 2009; ALVAREZ-DARDET ESPEJO Y GUTIERREZ HIDALGO  
CONTABILIDAD INTERNA (CONTABILIDAD DE COSTES Y DE GESTIÓN). Ed. Ariel, 2008; REQUENA RODRÍGUEZ, J.Mª y VERA RIOS, S.  
DOCUMENTOS EMITIDOS POR AECA SOBRE CONTABILIDAD DE GESTIÓN; ASOCIACION ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS (AECA)  
INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTES PARA LA GESTION. Ed. Civitas, 2004; MUÑOZ, VEUTHEY y ZORNOZA

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos
<b>Código:</b>	403
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	9
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	225
<b>Nº Horas presenciales:</b>	67,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://campusvirtual.cv.uma.es/">http://campusvirtual.cv.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	aigaspar@uma.es	952133268	12 TURISMO - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00, Lunes 13:00 - 14:00, Lunes 16:00 - 17:00, Jueves 12:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se hace recomendable que el alumno posea conocimientos generales en organización de empresas y gestión de la calidad.

La mayoría de estos conocimientos se adquieren tras haber cursado las asignaturas de "Organización y gestión de empresas turística" en primer año

### CONTEXTO

Esta asignatura se imparte como optativa en cuarto curso de Graduado en Turismo. Persigue que el alumno, apoyándose en los conocimientos teóricos/prácticos adquiridos en asignaturas anteriores como "Organización y Gestión de Empresas", "Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas", y "Gestión de la producción y de la Calidad en turismo", sea capaz de identificar y trabajar con las diferentes estrategias empresariales que le permitan gestionar las empresas de alojamiento turístico en el actual entorno globalizado, manteniendo la competitividad y la calidad de las mismas.

### COMPETENCIAS

<b>1</b>	<b>Competencias específicas</b>	<b>Competencias Específicas del Título</b>
	<b>1.12</b>	Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas
	<b>1.20</b>	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento
	<b>1.32</b>	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Bloque I: Gestión de Alojamientos

- Concepto y modalidades de empresas de alojamiento (hoteles, balnearios, casas rurales, camping, apartamentos turísticos...). Cadenas hoteleras.
- Estructura organizativa y puestos de trabajo de cada tipo de empresa de alojamiento.

#### Bloque II: Crecimiento e internacionalización de empresas

- El proceso de globalización y su impacto en la gestión empresarial.
- Crecimiento empresarial: concepto y formas de crecimiento de las empresas turísticas y adaptación de la organización al crecer.
- Alianzas y cooperaciones entre empresas turísticas. Cambios organizativos y de gestión en las nuevas redes de empresas turísticas.
- La internacionalización de la empresa turística y la adaptación organizativa de las compañías que salen al exterior.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Bloque III: Calidad y procesos de producción

- 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral Desarrollo de clases magistrales para la impartición de conceptos teóricos y prácticos
- Exposiciones por el alumnado El alumno deberá exponer la trabajo individual realizado a lo largo del curso

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

- Prácticas en aula informática El alumno aplicará los contenidos teóricos al trabajo individual que ha de desarrollar

##### Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.

- Estudio/discusión de casos Se aplicará el conocimiento teórico al estudio de casos

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades de documentación

- Búsqueda bibliográfica/documental Búsqueda documental para el trabajo individual

##### Actividades de elaboración de documentos

- Otras actividades de elaboración de documentos Elaboración del trabajo práctico individual donde aplica los conocimientos teóricos de la asignatura

##### Estudio personal

- Estudio personal Estudio y lectura de la asignatura

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno tras haber cursado la asignatura será capaz de:

- Conocer el proceso actual de globalización y su impacto en la gestión de alojamientos turísticos.
- Identificar las distintas estrategias de crecimiento que en la actualidad llevan a cabo las grandes empresas de alojamiento.
- Gestionar estratégicamente una empresa de alojamiento a través de los distintos tipos de alianzas empresariales estudiadas.

Los criterios de evaluación que se utilizarán para comprobar los resultados del aprendizaje serán:

- Realización de actividades en el aula o fuera de ellas a través de ejercicios prácticos, trabajos en grupos y un trabajo individual.  
Las puntuaciones obtenidas por estas actividades aportarán un máximo del 40% a la calificación final del alumno.

- Realización de una prueba individual ( examen) en la que se evaluarán los conocimientos teóricos-prácticos, cuya puntuación aportará un máximo del 60% a la calificación final del alumno.

Para la superación de la asignatura el alumno deberá de tener un mínimo de 5 sobre 10 en la prueba individual.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El procedimiento de evaluación de la asignatura será:

- 1- Realización de actividades prácticas en el aula o fuera de ella, a través de casos prácticos, prácticas en el aula de informática, trabajos en grupos y un trabajo individual. Procedimiento AEP1. 7.

Las puntuaciones obtenidas por estas actividades aportarán un máximo del 40% a la calificación final del alumno, teniendo el trabajo individual un peso del 30%.

El trabajo individual será elaborado y desarrollado por el alumno sobre un tema planteado en la asignatura y posteriormente realizará la exposición del mismo ( power point,...) durante las semanas 13, 14 y 15 en el orden establecido previamente por el coordinador/a de la asignatura.

Procedimientos AEP1. 6 y AEP1.8: Exposición de trabajos.

Asimismo se enviarán al campus virtual, junto con el trabajo individual, la resolución de dos casos prácticos planteados en clase durante las semanas 10, 11 y 12. Procedimiento EANP1.1

- 2- Realización de una prueba individual ( examen), en la fecha señalada por el Centro, en la que se evaluarán los conocimientos teóricos-prácticos, cuya puntuación aportará un máximo del 60% a la calificación final del alumno. Procedimiento AEP1.5

Para la superación de la asignatura el alumno deberá de tener un mínimo de 5 sobre 10 en la prueba individual.

La asistencia a clase y la participación activa en la misma se valorará de forma positiva.

Se hace recomendable la asistencia a las clases prácticas en el aula de informática para el mejor desarrollo del trabajo individual que el alumno debe de desarrollar a lo largo del curso.

Para la convocatoria de septiembre se seguirá el mismo procedimiento indicado anteriormente:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

40% trabajo individual y casos prácticos

60% prueba individual

Por tanto, el alumno que para esta convocatoria de septiembre no tenga elaborada las actividades prácticas ni el trabajo individual solo podrá optar a obtener como máximo un 60% de la nota final.

En las convocatorias extraordinarias se realizará un único examen, para cuya superación el alumno deberá obtener un mínimo de 5 sobre 10. En estas convocatorias no se contemplará ninguna actividad práctica ni complementaria, solo se evaluará la nota del examen.

Para los estudiantes a tiempo parcial se flexibilizará la asistencia a las actividades prácticas y clases en el aula de informática, pudiéndose suplir éstas con tutorías online para el buen desarrollo del trabajo final. Asimismo se fijará la fecha de su exposición individual en un día fijado en acuerdo con el alumno dentro de las semanas 13, 14 y 15.

Respecto a la obtención de Matrículas de Honor, el alumno deberá de tener una calificación de 10 en la asignatura además de valorarse la asistencia y participación en clase. En el caso de que hubiesen más alumnos aspirantes a Matrículas de Honor que las permitidas por la normativa, además de lo anteriormente expuesto para su obtención, se realizará una prueba suplementaria.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Crecimiento e internacionalización de empresas; Gaspar González, A.I. y Martín Rojo, I.; Síntesis; Madrid

Dirección y gestión de empresas del sector turístico; Martín Rojo, I.; Pirámide; Madrid

Operaciones y procesos de producción en el sector turístico. Martín Rojo y Bayón Mariné. Síntesis. Madrid.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Desarrollo de clases magistrales para la impartición de conceptos teóricos y 50 prácticos		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exposiciones por el alumnado El alumno deberá exponer la trabajo individual realizado a lo largo del curso	5,5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática El alumno aplicará los contenidos teóricos al trabajo individual que ha de desarrollar	8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Estudio/discusión de casos Se aplicará el conocimiento teórico al estudio de casos	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 67,5**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>135</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>22,5</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>225</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Gestión del Territorio en Destinos Turísticos
<b>Código:</b>	404
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al análisis territorial del turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	9
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	225
<b>Nº Horas presenciales:</b>	67,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	GEOGRAFÍA
<b>Área:</b>	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es recomendable haber superado el curso primero y segundo en su totalidad y la asignatura de "Planificación territorial y turismo sostenible" del tercer curso.

### CONTEXTO

La asignatura pretende que el alumno conozca la gestión de los destinos turísticos de forma global, ya que en los destinos intervienen factores muy diversos, por lo que es necesario que el alumno integre la información que ha recibido de las diversas asignaturas. Tiene especial importancia los conocimientos sobre el territorio, el marketing y la gestión empresarial.

La correcta interpretación de la asignatura estará en la adecuada integración de los conocimientos en las prácticas y proyectos que los alumnos desarrollen.

### COMPETENCIAS

<b>1</b>	<b>Competencias específicas</b>	<b>Competencias Específicas del Título</b>
	<b>1.4</b>	Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas
	<b>1.8</b>	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
	<b>1.18</b>	Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
	<b>1.24</b>	Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico
	<b>1.25</b>	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

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. Tipo de destinos.
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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 7. Fundamentos de los Sistemas de Información Geográfica.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral Explicación de los contenidos básicos
- Otras actividades expositivas

##### Actividades fuera de la Universidad

- Trabajos de campo Visitas en entes de gestión, visita a destinos

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

- Prácticas en aula informática Prácticas relacionadas con la asignatura

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Plantear la estructura básica de un ente de gestión y promoción turística.
- Gestionar flujos turísticos.
- Elaborar y mejorar productos turísticos desde la perspectiva de un gestor de destinos.
- Elaborar un club de producto.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Se evalúan los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.
- La participación en las actividades y asistencia a la asignatura se valora positivamente. Se podrá evaluar la asistencia a clase.
- Los alumnos que a tiempo parcial deben comunicar su situación al inicio de la asignatura para que se le adecue la evaluación.
- Para aprobar la asignatura es preciso sacar una nota mínima de 5 puntos en la parte teórica. No se aprueba con menos de 5, aunque la media global con las prácticas fuera de 5 puntos.
- Para aprobar las prácticas es preciso una nota media de 5 puntos.
- Para aprobar el trabajo en grupo hay que obtener una nota mínima de 5 puntos.
- En las convocatorias extraordinarias los estudiantes se evaluarán con una prueba escrita.

Sistema de evaluación:

- Prueba de tipo teórica (50%)
- Trabajos prácticos en clase y aula de informática (25%)
- Trabajo práctico en grupo (20%)
- Asistencia y participación en las actividades (5%)

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Cómo actuar para tener éxito en la gestión de destinos turísticos. Biosca, D. (2012). Educativ.
- Cómo pensar para tener éxito en la gestión de destinos turísticos. Biosca, D. (2012). Educativ.
- Gestión de destinos turísticos sostenibles. Madrid. Ediciones Gestión 2000; Valls, J.F. (2004)
- Gestión pública del Turismo, Barcelona: UOC; Mirabell, O. González, J. et al (2010)
- La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004). Valencia: Tirant-Lo Blanch; Velasco, M. (2004)

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Explicación de los contenidos básicos	32,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajos de campo Visitas en entes de gestión, visita a destinos	7,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática Prácticas relacionadas con la asignatura	17,5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otras actividades expositivas	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 67,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 135**



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	22,5		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	225		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Historia Económica y Social del Turismo
<b>Código:</b>	405
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** TEORÍA E HISTORIA ECONÓMICA  
**Área:** HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: CARMELO PELLEJERO MARTINEZ	cpellejero@uma.es	952131226	3302 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 16:00 - 19:00, Lunes 09:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 11:30, Jueves 13:00 - 14:00, Viernes 08:00 - 10:00, Viernes 11:30 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se recomienda a los alumnos asistir a clase y participar activamente en la misma, estudiar la bibliografía recomendada, realizar los ejercicios prácticos propuestos por el profesor, consultar en tutorías las dudas sobre la materia y visitar asiduamente la página virtual de la asignatura.

### CONTEXTO

- 1) La asignatura analiza el fenómeno turístico en sus dimensiones histórica, económica y social.
- 2) El ámbito temporal abarca desde finales del siglo XVIII hasta la actualidad.
- 3) El ámbito geográfico básico de análisis es España.
- 4) También se dedica un tema específico a lo ocurrido en la comunidad autónoma andaluza.
- 5) La asignatura se relaciona, entre otras, con Historia Económica, Estructura Económica del Turismo, Sociología del Turismo, Geografía Turística de Andalucía, Indicadores Económicos del Turismo...

### COMPETENCIAS

<b>1</b>	<b>Competencias específicas</b>	<b>Competencias Específicas del Título</b>
	<b>1.1</b>	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
	<b>1.3</b>	Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

TEMA 1. LOS ORÍGENES DEL TURISMO MODERNO

TEMA 2. EL AUGE DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL PERIODO DE ENTREGUERRAS

TEMA 3. LA TRANSFORMACIÓN DEL TURISMO EN UN FENÓMENO DE MASAS

TEMA 4. CRISIS ECONÓMICAS Y CONSOLIDACIÓN DEL SECTOR DURANTE EL ÚLTIMO CUARTO DEL SIGLO XX

TEMA5. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral Explicación de los temas del programa

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas Análisis de gráficos, textos, estadísticas, fuentes documentales, páginas de internet

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Analizar los conceptos y principios fundamentales de la historia económica y social del turismo, así como la terminología propia de la materia, para de esta manera analizar e interpretar correctamente la información proporcionada.
2. Valorar el papel clave que el turismo, en su sentido más amplio, ha jugado a lo largo de la historia y más específicamente en las sociedades contemporáneas con vistas a ser capaces de comprender su impacto económico y social en las mismas.
3. Emplear las diferentes formas de análisis del fenómeno turístico en contextos históricos diversificados para entender los distintos procesos que se han sucedido en el tiempo.
4. Utilizar los conocimientos teóricos en la explicación de casos prácticos, elaborando informes, tanto en equipo como de forma individual.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

a) Un examen final, a realizar una vez acabado el periodo de docencia y en la fecha determinada por el Decanato.

La ponderación sobre la calificación final será del 70 %.

Competencias: 1.1, 1.2, 1.3 y 1.7

Criterios: La corrección del examen final se hará con referencia a las explicaciones teóricas y prácticas de la asignatura, así como de la bibliografía recomendada. Se valorarán el nivel de conocimientos, la capacidad de síntesis y la claridad y la corrección de la exposición escrita. Actividad recuperable.

b) Dos pruebas escritas, a realizar a lo largo del curso, en fechas fijadas por el profesor y comunicadas a los alumnos al inicio del periodo docente.

La ponderación de cada una de las pruebas sobre la calificación final será del 10 %.

Competencias: 1.1, 1.2, 1.3 y 1.7

Criterios: La corrección de las pruebas escritas se hará con referencia a las explicaciones teóricas y prácticas de la asignatura, así como de la bibliografía recomendada. Se valorarán el nivel de conocimientos, la capacidad de síntesis y la claridad y la corrección de la exposición escrita. Actividad no recuperable.

c) Participación activa en clase y realización de diferentes ejercicios prácticos (aula, campus virtual, etc.).

La ponderación sobre la calificación final será del 10 %.

Competencias: 1.1, 1.2, 1.3 y 1.7

Criterios: Se valorarán las fuentes manejadas, la bibliografía consultada, el rigor en el tratamiento de la información y la calidad en la exposición y presentación de los resultados obtenidos.

Actividad no recuperable

En cuanto a las actividades no recuperables, para la segunda convocatoria ordinaria (septiembre) y la convocatoria extraordinaria del siguiente curso académico se mantendrá la calificación obtenida para la primera convocatoria ordinaria.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Historia del turismo en España en el siglo XX; Moreno Garrido, A.; Síntesis; 2007; Madrid

Turismo y desarrollo económico en Andalucía durante la segunda mitad del siglo XX; Pellejero Martínez, C.; en C. Barciela, C. Manera, R. Molina y A., di Vittorio (eds.), La evolución de la industria turística en España e Italia; Institut Balear d'Economia; 2011

#### Complementaria

Economía, historia e instituciones del turismo en España; Esteve, R. y Fuentes, R.; Pirámide; 2000; Madrid

Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía; Pellejero Martínez, C.; Instituto de Estadística de Andalucía; 2006; Sevilla

Historia de la economía del turismo en España; Pellejero Martínez, Carmelo; Civitas; 1999; Madrid

Historia general del turismo de masas; Fernández Fuster, L.; Alianza; 1991; Madrid

La invasión pacífica: los turistas y la España de Franco; Pack, Sasha D.; Turner; 2009; Madrid

La política turística. Gobierno y Administración Turística en España; Velasco González, M.; Tirant lo Blanch; 2004; Valencia

50 años del turismo español; Bayón, Fernando (director); Centro de Estudios Ramón Areces; 1999; Madrid

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Explicación de los temas del programa	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas Análisis de gráficos, textos, estadísticas, fuentes documentales, páginas de internet	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>90</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>15</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>150</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas
<b>Código:</b>	406
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al perfeccionamiento de la lengua inglesa
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** FILOLOGÍA INGLESA, FRANCESA Y ALEMANA

**Área:** FILOLOGÍA INGLESA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	mdfernandez@uma.es	952133259	27 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 16:00, Miércoles 15:00 - 16:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Lunes 14:00 - 16:00, Martes 09:00 - 11:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Pese a que no existe ningún requisito previo para esta asignatura se recomienda a los estudiantes que no la cursen sin haber superado previamente INGLÉS APLICADO AL TURISMO I, II y III.

Teniendo en cuenta la especificidad de la asignatura y su carácter instrumental, igualmente se recomienda a los estudiantes la asistencia regular a todas las sesiones de *¿Grupo grande¿* así como a las de *¿Grupo reducido¿* que se programen.

Asimismo, se insta a los estudiantes a la realización de todas las actividades y prácticas dirigidas que, como complemento a las tareas establecidas, proponga el responsable de la asignatura.

### CONTEXTO

Esta asignatura tiene como objetivo la adquisición de una serie de competencias por parte de los alumnos que les permitan el ejercicio profesional en los distintos ámbitos del sector turístico sirviéndose de la lengua inglesa como vehículo de comunicación.

A tal efecto y usando un enfoque de naturaleza comunicativa-funcional, esta asignatura se incardina en el plan de estudios vigente como una materia que, de un lado, aporta al alumno la fundamentación sociolingüística necesaria para acceder al cuerpo del conocimiento y a las fuentes bibliográficas en lengua inglesa de otras materias de la titulación y, por otro, le permitirá ejercer su profesión utilizando la lengua inglesa como lingua franca del mundo económico y empresarial en el sector turístico durante el siglo XXI

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.13 Manejar técnicas de comunicación en idioma extranjero
- 1.15 Trabajar en inglés como lengua extranjera
- 1.29 Trabajar en medios socioculturales diferentes

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### a) Resultados de aprendizaje

El alumnado que haya cursado la asignatura deberá ser capaz de utilizar la lengua inglesa en un contexto turístico, y en concreto en el ejercicio de la profesión correspondiente a la titulación, así como de conocer la terminología específica adecuada en inglés. Asimismo, será capaz de expresarse en este segundo idioma dentro de los campos de especialización de su profesión y en la relación cliente-profesional del turismo.

#### b) Criterios de evaluación

Las prácticas son obligatorias y se conciben como un elemento esencial para la plena adquisición de las competencias incluidas. Asimismo y a tenor de los objetivos y competencias de la asignatura, se entiende que la asistencia y seguimiento de todas las sesiones programadas se considera imprescindible para la superación de la asignatura.

No obstante, los alumnos en régimen de matriculación a tiempo parcial así como los deportistas universitarios de alto nivel disfrutarán de un régimen de asistencia flexible y podrán realizar las prácticas obligatorias en horarios ad hoc cuando no puedan asistir a las sesiones regularmente establecidas.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### a. Tipo y número de pruebas

Se valorarán los conocimientos del estudiante relativos a uso del lenguaje, conocimiento del lenguaje turístico, comprensión oral, comprensión escrita, producción oral y producción escrita, en función de la participación del estudiante y de la calidad, fluidez y correcta utilización del idioma inglés. Las calificaciones se publicarán por vía telemática (programa Alfílweb), siempre que no exista problema técnico alguno; en dicho caso, se publicarían en papel en los tableros de la Facultad o en el campus virtual de la asignatura.

#### a.1) Evaluación continua:

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

Tipo de prueba: Audioral

Número de pruebas: 2

Componente de la calificación: 20%

#### a.2) Realización de una prueba individual (a celebrar en la fecha establecida por el Decanato de la Facultad de Turismo)

Tipo de actividad a evaluar: Prueba final individual

Tipo de prueba: escrita

Número de pruebas: 1

Componente de la calificación: 80%

#### 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

Evaluación continua 2

Prueba individual 8

Aquellos estudiantes que posean el reconocimiento de estudiante a tiempo parcial o el reconocimiento de deportista universitario de alto nivel, de acuerdo con las normas reguladoras aprobadas por la Universidad de Málaga tendrán derecho a un régimen de asistencia a clase de carácter flexible que no afectará negativamente al proceso de evaluación del estudiante. A tal efecto, el alumno/a interesado informará a principio de curso de dicha condición al profesor/a de la asignatura quien, en coordinación con la Comisión de Ordenación Académica del Centro, concretarán el alcance de dicha flexibilidad en lo que se refiere a esta asignatura.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Básica

- Business Vocabulary Builder. Macmillan - Vocabulario; EMMERSON, P. 2009.
- Business Grammar Builder. Macmillan - Gramática; EMMERSON, P. 2002
- Business Result Intermediate. Oxford University Press - Manual; BAADE K. et al. 2009
- English for Business Communication. Cambridge University Press - Manual; SWEENEY, S. 2003.
- English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies. Garnet Education - Manual; MOL, H. 2008.
- Going International. Oxford University Press - Manual; HARDING, K. 1998.
- Market Leader. Longman (Series) -Manual; COTTON, D.; Falvey, D.; Kent, S. 2008.
- New International Business English. Cambridge University Press - Manual; JONES, L.; ALEXANDER, R. 2003.
- Oxford English for Careers: Tourism 1, 2, 3. Oxford University Press - Manuals; WALKER, R.; HARDING, K. 2006/2009.
- Presentations in English. Macmillan - Manual; WILLIAMS, E. 2008.
- The Business of Tourism. Prentice Hall - Manual; HOLLOWAY, Ch. 2009.
- VIP Lounge. Comunicación en Inglés para Profesionales del Turismo. Ediciones Académicas, S.A. (Ediasa) - Manual; GUARDDON ANELO, M.C.. 2011.
- Writing in Paragraphs. Macmillan - Manual; ZEMACH, D. ; ISLAM, C. 2010.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Legislación Laboral en el Sector Turístico
<b>Código:</b>	407
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL

**Área:** DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE MANUEL MORALES ORTEGA	jmmoraleso@uma.es	952133270	-	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 11:00, Viernes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Viernes 08:00 - 09:00, Viernes 12:00 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Es aconsejable que el alumno haya cursado las asignaturas obligatorias de contenido jurídico existentes a lo largo del grado, ya que ello le permitirá un mejor conocimiento de esta asignatura.

### CONTEXTO

La legislación laboral se convierte en un elemento determinante del desarrollo profesional del alumno en general, y del de turismo en particular, ya que gracias a la asignatura va a conocer los derechos y obligaciones tanto como trabajador por cuenta ajena como por cuenta propia. De ahí que esta asignatura se convierta en el complemento ideal de la formación en turismo.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

1.14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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
- 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

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### Actividades No Presenciales

#### Estudio personal

Estudio personal Todas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno, con el sistema de evaluación especificado en la correspondiente pestaña, aprenderá, mediante los oportunos recursos, a realizar exposiciones orales y escritas, de contenido jurídico-laboral, sobre las diferentes materias objeto de la asignatura; al tiempo que conocerá y manejará los distintos documentos -contratos, finiquitos, cartas de despido, nóminas, etc- básicos del Derecho del Trabajo.

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación constará de una serie de ejercicios prácticos de distinta naturaleza -informes jurídicos, simulaciones, comentarios a disposiciones legales o convencionales, etcétera- que se realizarán a lo largo del curso; junto a estas prácticas, se valorará la asistencia a clase (mediante la entrega de las propias prácticas en las fechas señaladas) y la participación activa en las clases teóricas. Todo ello permitirá al alumno obtener hasta tres puntos sobre la calificación final. Ahora bien, la no realización de estas actividades no impide al alumno alcanzar la calificación del

examen final, ya que esos tres puntos se suman, cualquiera que sea la nota del examen final, a ésta. El examen final constará de 10 preguntas y un

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

supuesto práctico. Este sistema se mantiene en todas las convocatorias, por lo que la nota complementaria se guarda para el alumno en todas sus convocatorias posteriores a la ordinaria del primer cuatrimestre.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

ALEMÁN PÁEZ: Curso de Derecho del Trabajo. La relación individual de trabajo. Ed. Tecnos, última edición.

ALEMÁN PÁEZ (Dir.): Materiales prácticos y recursos didácticos para la enseñanza del Derecho del Trabajo y las políticas sociolaborales, Ed. Tecnos, última edición.

CRUZ VILLALÓN: Compendio de Derecho del Trabajo, Ed. Tecnos, última edición.

MARTÍN VALVERDE, RODRÍGUEZ-SAÑUDO y GARCÍA MURCIA: Derecho del Trabajo, Ed. Tecnos, última edición.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Marketing para Empresas y Productos Turísticos
<b>Código:</b>	408
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	9
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	225
<b>Nº Horas presenciales:</b>	67,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FERNANDO LOPEZ VILASECO	flopezv@uma.es	952131265	D-4305 - FAC. DE ECONÓMICAS	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La asignatura está diseñada para desarrollar dos tipos de competencias diferentes:

- Competencias teóricas: conocimientos teóricos de fundamentos de marketing. El alumno debe trabajar el tema que se va a tratar en la clase teórica antes de que esta se imparta (ver programación temporal). En las clases teóricas se debatirán los temas planteados por los estudiantes y se desarrollarán aquellos aspectos más interesantes de los temas. En ocasiones, se completarán los temas de la bibliografía con apuntes complementarios. Las fuentes de información teórica (materia de examen) serán: bibliografía y apuntes de clase.
- Competencias prácticas: el alumno aplicará sus conocimientos teóricos a los casos prácticos planteados. En esta parte de la asignatura se pretende que el estudiante aprenda a documentarse y a tomar decisiones en diversos tipos de entorno. Con ese fin, se tratará de abordar el estudio de organizaciones de sectores diferentes con el fin de que el alumno adquiera una adecuada cultura empresarial. Para obtener la máxima puntuación en esta parte, es importante que el alumno no se limite a los materiales teóricos y documente sus trabajos con otras fuentes de información, que variarán dependiendo del caso objeto de estudio.

### CONTEXTO

Esta materia tiene como fin iniciar al alumno en el conocimiento del marketing como función de las organizaciones y como filosofía de gestión.

Interés profesional y académico: La disciplina constituye en la actualidad una base de conocimiento clave para gestionar organizaciones orientadas al mercado, capaces de planificar y gestionar con eficiencia sus recursos en cualquier tipo de entorno.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |  |
|-------------|--|
| <b>1.6</b>  | Tener una marcada orientación de servicio al cliente   |
| <b>1.11</b> | Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

- 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.-

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

###### Actividades expositivas

Lección magistral

###### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con el aprendizaje se pretende lograr los siguientes resultados en el alumno:

- Conocer las peculiaridades del proceso de producción del servicio turístico
- Conocer los procedimientos operativos para ofrecer los servicios de alojamiento, restauración e intermediación

Con la evaluación se pretende medir el nivel de alcance de estos objetivos y de las competencias especificadas.

#### PROCEDIMIENTO DE 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

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Fundamentos de Marketing Turístico; Rey, M; Revilla, M. A; Gil, J; López Jesús M.; Editorial Síntesis; 2004
- Aspects Economiques du Tourisme; BARETJE Y DEFERT; Berger-Levrault; 1972; Paris
- Comunidad Económica Europea. Tablas Input.Output; CEE; Oficina Estadística de las Comunidades Europeas; 1970; Luxemburgo
- Defining the Tourist Product and its Significance in Tourism Marketing; JEFFRIES, D.; 1971
- Die Staatlichen Interventionen im Fremdenverlir; HABERLIN; 1969; Berna
- Elementos de Mercadotecnia; CONVERSE; Herrero Hnos.; 1966; México
- Gestión eficaz de destinos turísticos; Biosca,D.
- Iniciación al Marketing. Teoría y práctica; Rey, M; Castellanos, M.; CEADE; 2001; Sevilla
- Las claves del Mercado Turístico. Cómo competir en el nuevo entorno; Valls, J.; Deusto; 2003; Bilbao
- Manual de Marketing Turístico; Consultora G.D.T.
- Marketin-Forschung im Fremdenverkehr, dans Wirtschaftsdienst; HOELLIEGE, W. A.; 1962; Hamburg

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Marketing Definitions: A Glossary o Marketing Terms; AMERICAN MARKETING ASSOCIATION; 1960; Chicago; pág. 21  
 Marketing et Tourisme; KRIPPENDORF; 1971; Francfort  
 Marketing para Turismo; Kotler, P; Browen , B; Makens, J; Rufín, R; Reina, M.D.; Editorial Pearson Educación. Prentice; 2004  
 Marketing; Pérez, D.; Escuela de Negocios. E.O.I.  
 Marketing Turístico; Ramírez Cavassa, C;; Editorial Trillas; 2007  
 Notions de Base der Marketing Touristique; KRIPPENDORF  
 Tablas Input-Output Española 1970; INSTITUTO DE ESTUDIOS DE PLANIFICACION; 1975; Madrid  
 The Management of Tourism; MEDLIK Y BURKART; Heinanmann; 1975; London  
 Tourisme et Marketing; BERNECKER; Gurten; 1973  
 Tourisme: Past, Present and Future; BURKART Y MEDLIK; Tourism International; 1975; London

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	54	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	13,5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 67,5

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL** 135

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN** 22,5

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE** 225

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Sociología del Turismo
<b>Código:</b>	409
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** DERECHO DEL ESTADO Y SOCIOLOGÍA

**Área:** SOCIOLOGÍA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOAQUIN CASTILLO DE MESA	jcastillodemesa@um a.es	952132175	-	Todo el curso: Martes 14:00 - 16:00, Martes 20:00 - 21:00, Jueves 14:00 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se iraz informando y recomendando actividades tipo conferencias, jornadas, congresos que se den durante el cuatrimestre que tengan que ver con alguno/s de los temas o puntos de la asignatura.

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>1.1</b>  | Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica |
| <b>1.3</b>  | Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio                       |
| <b>1.29</b> | Trabajar en medios socioculturales diferentes   |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Tema 8. Cuestiones de género y turismo.

Tema 9. Turismo sostenible y responsable.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación se basará principalmente en la realización de un examen para evaluar los conocimientos adquiridos durante el curso cuya valoración corresponderá al 70% de la nota final. El restante 30% resultará de la valoración de la participación activa en el comentario de las prácticas, en el foro de la asignatura o la realización de algún trabajo, como la lectura atenta de alguno de los libros o artículos de la bibliografía. Cualquier plagio o copia y pega en los trabajos supondrá el suspenso de la asignatura para este curso.

El sistema de evaluación en la segunda convocatoria ordinaria y en las extraordinarias no contemplará evaluación continua.

Criterios de evaluación:

. Buen manejo y comprensión de contenidos y conceptos . Manejo correcto de fuentes bibliográficas y estadísticas . Participación activa

Se da por supuesta la asistencia a clase obligatoria. Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- Básica**
- La sociedad del riesgo global.; BECK, U.; Siglo XX; 2002
- BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S. Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Alianza, 1994
- BECK, U. ¿Qué es la globalización? Paidós, 1998
- 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. Mingo y Da Silva, 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
- 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
- DIÁZ MARTÍNEZ, J.A., MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. Sociología del Turismo. UNED, 2003
- ECK, U. La sociedad del riesgo global. Siglo XXI, 2002
- El ocio turístico en las sociedades avanzadas.; ÁLVAREZ SOUZA, A.; Bosch Turismo; 1994
- 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. (ed) Enciclopedia del turismo. Síntesis, 2002
- 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
- MACCANNELL, D. El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Editorial Melusina, 2003
- MACIONIS, J., PLUMMER, K. Sociología. Pearson-Prentice Hall, 2007

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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. (coord) Sociología del turismo. Ariel, 2003

RUBIO GIL, A. Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo. Ariel, 2001

RYAN, C., PAGE, S (ed) Tourism Management. Towards the New Millennium. Pergamon-Massey University,

SASSEN, S. Una sociología de la globalización. Katz, 2002

SMITH, V. Anfitriones e invitados : antropología del turismo. Endymion, 1992

SOCIOLOGIA. MADRID: PRENTICE HALL.; MACIONIS, JJ. Y PLUMMER, K. (2008)

The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations.; APOSTOLOPOULOS, Y.; Routledge; 2002

TOURAINÉ, A. ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. PPU, 1997

TUDURI, 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 más humana. Universidad de Deusto, 2007

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Tecnología de los Alimentos y Gastronomía
<b>Código:</b>	410
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	69 % teórica y 31 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA E HISTORIA DE LA CIENCIA
<b>Área:</b>	MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARIO GUTIERREZ BEDMAR	bedmar@uma.es	952137387	-	Todo el curso: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 11:00 - 13:00, Miércoles 11:00 - 13:00
JORGE DANIEL GOMEZ ARACENA	gomezaracena@uma.es	952131528	-	Todo el curso: Martes 11:00 - 13:00, Miércoles 11:00 - 13:00, Jueves 11:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

El conocimiento de los conceptos fundamentales sobre tecnología de los alimentos, alimentación, nutrición y enología es fundamental en la hostelería y el turismo actual. La gastronomía andaluza y española ocupan una posición cada vez más importante en el mundo. A todo ello ha ayudado la constante investigación sobre los efectos beneficiosos de la Dieta Mediterránea para la salud, con una base científica sólida. Por otro lado, el conocimiento de las normas de manipulación de alimentos, la trabajabilidad y el estudio de puntos críticos es imprescindible para el profesional del sector de la hostelería y la restauración. Esta asignatura tiene como objetivos capacitar al alumno en todas estas áreas y proporcionarle una base sólida que le permita poder desarrollar una actividad profesional de calidad.

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.21 Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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, su economía y sus vinos.
4. La cocina y sus dependencias.
5. Modalidades de con la cocina. Diccionario gastronómico. Seis. Mesa y mantel. Protocolo

#### Alimentación y Nutrición

7. Alimentación y nutrición. Aspectos generales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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

### **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.

### **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

### **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

#### **Actividades Presenciales**

##### **Actividades expositivas**

Lección magistral

##### **Actividades prácticas en aula docente**

Otras actividades prácticas

### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

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.

### **PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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, aprobar del examen será condición imprescindible para aprobar la asignatura.

Estos criterios de corrección se mantendrán para la convocatoria ordinaria de septiembre, guardándose la nota obtenida en el trabajo práctico para dicha convocatoria.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Alimentación y Salud; Grande Covian, F; Temas de hoy; 1988
- Alimentos; Primo Yufera, E.; Síntesis; 1997
- Cocina profesional 1; Centeno, J.L.; Thomson, Paraninfo; 2002
- Código alimentario español; VVAA; Ministerio de Sanidad y consumo
- Curso de cocina profesional 2: Conocimiento de los géneros. Elaboración y conservación.; Garcés, M.; Thomson, Paraninfo; 2002
- El gran libro del aceite de oliva; Capel, C.; Minerva; 1999
- Enciclopedia culinaria. La cocina completa; Mestayer de Echague, M; Espasa Calpe; 2002
- Encyclopedia Human Nutrition; Caballero B, Allen L, Prentice A.; Academic Press; 2006
- Guía gastronómica de Andalucía; VVAA; Junta de Andalucía; Edición digital
- Historia de la gastronomía; Lujan, N.; Plaza y Janés; 1989
- Introducción a la ciencia de los alimentos; Fennema, OR.; Reverte; 1982
- Málaga a mesa y mantel; Mapelli, E; La Farola; 1986
- Nuevo manual de Industrias Alimentarias; Vicente, A, Cenzano, J.; Mundi-Prensa; 2001
- Nutrición y Salud Pública; Serra Majem, L.; Aranceta Bartrina, J.; Mataix Verdu, J.; Masson; 1995
- Tecnología de los alimentos vol. I, II y III; Ordoñez, JA; Síntesis; 1999

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	31,1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	13,9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Tecnologías Web Aplicadas al Turismo
<b>Código:</b>	411
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	Formación complementaria a las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) aplicadas al turismo
<b>Módulo:</b>	Formación complementaria
<b>Experimentalidad:</b>	69 % teórica y 31 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	9
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	225
<b>Nº Horas presenciales:</b>	67,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcaro@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:30 - 12:30 Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 18:30, Miércoles 17:00 - 19:00, Martes 18:00 - 18:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:30 - 11:30, Martes 12:30 - 13:30, Miércoles 11:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.24 Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Internet y WWW

Tema 1. Servicios ofrecidos por Internet.

Tema 2. World Wide Web en el ámbito del turismo.

#### 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.

#### 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en laboratorio

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La competencia LB.24 "Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (LB24)" se descompone en los siguientes resultados de aprendizaje:

- + 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.

### PROCEDIMIENTO DE 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

En las convocatorias segunda ordinaria y extraordinarias la componente de la nota será Proyecto a entregar en la fecha del examen con una componente del 60% y la realización de un test sobre los contenidos teórico-prácticos de la asignatura con una componente de la calificación del 40%.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

MARKETING ONLINE: ESTRATEGIAS PARA GANAR CLIENTES EN INTERNET; Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela; ANAYA MULTIMEDIA; 2010

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES: EDICION 2012.; Fernando Macia Domene, Javier Gosende Grela; ANAYA MULTIMEDIA; 2012

SEO Warrior; Jerkovic, John I; O-REILLY ASSOCIATES; 2009

ANALITICA WEB: MEDIR PARA TRIUNFAR; Sergio Maldonado; ESIC EDITORIAL; 2010

COMMUNITY MANAGER: CONVIERTE EN EXPERTO EN SOCIAL MEDIA; Oscar Rodríguez Fernández; ANAYA MULTIMEDIA; 2011

INTERNET EDICIÓN 2011; Jorge Abaurrea Velarde; . GUÍAS VISUALES. Ed Anaya; 2011

JOOMLA; Severdia, Ron; Crowder, Kenneth, (aut.)González Cruz, Sergio Luis; ANAYA MULTIMEDIA; 2011

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

JOOMLA!:GUIA COMPLETA.; Stephen Burge; ANAYA MULTIMEDIA.; 2012

MARKETING CON FACEBOOK; Dan Zarella, Alison Zarella; ANAYA MULTIMEDIA; 2011

REDES SOCIALES EN LA EMPRESA: LA REVOLUCION E IMPACTO A NIVEL EMP RESARIAL Y PROFESIONAL; Alvaro Gomez Vieites; RAMA; 2011

SOCIAL MEDIA. MEDIAS Y ANÁLISIS; John Lovett; Colección:SOCIAL MEDIA: Anaya; 2012

TECNICAS AVANZADAS DE POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES; Fernando Macia Domene; ANAYA MULTIMEDIA; 2012

TWITTER: APLICACIONES PROFESIONALES Y DE EMPRESA; Oscar Rodriguez Fernández; ANAYA MULTIMEDIA; 2011

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	46,6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en laboratorio	20,9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>67,5</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>135</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>22,5</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>225</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Creación de Empresas Turísticas
<b>Código:</b>	412
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Proyección profesional
<b>Módulo:</b>	Proyección profesional
<b>Experimentalidad:</b>	80 % teórica y 20 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: RAFAEL VENTURA FERNANDEZ	rventura@uma.es	952137436	4406 - FAC. DE ECONÓMICAS	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La proyección de una nueva actividad empresarial exige el dominio de competencias adquiridas en un número amplio de asignaturas del plan de estudio. La Memoria de Verificación del Grado en Turismo contempla que el alumno ha de haber superado el 75% de los créditos de la titulación para matricularse de la asignatura.

Además, el equipo docente considera recomendable que el alumno haya superado las siguientes asignaturas:

- Organización y Gestión de Empresas Turísticas.
- Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas
- Derecho Mercantil de la Empresa Turística
- Fundamentos de Marketing
- Estructura Económica del Turismo
- Introducción a la Contabilidad
- Contabilidad de Empresas Turísticas
- Marketing Turístico
- Gestión de la Producción y de la Calidad en el Turismo.

### CONTEXTO

La asignatura aborda la planificación de una nueva actividad empresarial en la industria turística. A esta funcionalidad se suma el interés por estimular la actitud emprendedora entre los estudiantes que están próximos a finalizar sus estudios.

El enfoque holístico que debe prevalecer en el diseño de una nueva empresa significa que el estudiante ha de reunir las competencias adquiridas en asignaturas planificadas en cursos anteriores en el Plan de estudios y que están referidas a aspectos concretos de la empresa.

El estímulo de la innovación es la base de la propuesta de nuevas ideas de negocio. En este sentido, la planificación de la asignatura tiene en cuenta la creatividad como una competencia crítica para los futuros profesionales.

La asignatura tiene en cuenta los objetivos formativos mencionados en la Memoria de Verificación del Grado en Turismo de la Universidad de Málaga, y especialmente con el Objetivo 3:

- Abordar aspectos esenciales para el desarrollo de Ventajas Competitivas con relación a productos y destinos.

De manera específica, consideramos objetivo propio de la Asignatura el conocimiento de la naturaleza del proceso de creación de una empresa y la adquisición de competencias para la elaboración de planes de negocio.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.38** Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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 empresa
  - 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Conferencia
- Exposiciones por el alumnado

##### Actividades prácticas en aula docente

- Otras actividades prácticas

##### Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.

- Otros seminarios

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los estudiantes deberán:

- Conocer las características que diferencian al emprendedor y la tipología de emprendedores en la economía.
- Comprender la naturaleza del proceso de creación de empresas
- Diferenciar los conceptos de idea de negocio, oportunidad de negocio, modelo de negocio y plan de negocio
- Utilizar herramientas y métodos para la innovación en modelos de negocio
- Conocer los contenidos que debe incluir un Plan de Negocio.
- Identificar las fuentes de ventajas competitivas de las empresas
- Comprender las distintas formas jurídicas que adoptan las nuevas empresas
- Conocer el proceso de constitución de una nueva empresa
- Analizar la viabilidad económico-financiera de los nuevos proyectos empresariales.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El procedimiento de evaluación contempla:

- Prueba escrita que se realizará en la fecha prevista por el Centro. Esta prueba tiene un valor del 70% de la calificación final del alumno.
- Asistencia a clase y conferencias y seminarios programados. Se programarán dos conferencias y se designará un Seminario relacionada con el

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

fomento de la cultura emprendedora. Esta asistencia tiene un valor del 10% de la calificación final del alumno.

- Trabajos prácticos en equipo. Se propondrán tres trabajos prácticos relacionados con el diseño de nuevos modelos de negocio y redacción del plan de negocio. Estos trabajos tendrán un valor del 20% sobre la nota final.

El estudiante a tiempo parcial será calificado mediante la prueba escrita (80%) y el trabajo práctico individual (20%).

La convocatoria de septiembre se regirá por el mismo procedimiento de valuación. En las convocatorias extraordinarias, la prueba escrita tendrá un valor del 100% de la calificación final.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Dirección y gestión de empresas del sector turístico; Martín, I.; Ediciones Pirámide; 2003

Finanzas para emprendedores; Manzanera, A.; Editorial Deusto; 2010

Generación de Nuevos Modelos de Negocio; Osterwalder, A. y Pigneur, Y.; Editorial Deusto; 2011

La estrategia del océano azul; Chan Kim, W: y Mauborgne, R.; Editorial Granica; 2008

Manual de Casos sobre Creación de Empresas en España; Gómez, J.M.; Fuentes, M.M.; Batista, R.M. y Hernández, R.; Editorial McGraw-Hill; 2011

Organización, Gestión y Creación de Empresas turísticas; Rivas, J.; Septem Ediciones; 2011

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	27	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conferencia	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exposiciones por el alumnado	3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Otros seminarios	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Geografía Turística de Andalucía
<b>Código:</b>	413
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	Geografía turística de Andalucía
<b>Módulo:</b>	Obligatorias de universidad: geografía turística de Andalucía
<b>Experimentalidad:</b>	74 % teórica y 26 % práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	72
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	30
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** GEOGRAFÍA HUMANA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
CARLOTA ANGELA ESCUDERO GALLEGOS	carla@uma.es	952131706	-	Todo el curso: Martes 12:00 - 15:00, Miércoles 12:00 - 15:00
RAFAEL BLANCO SEPULVEDA	rblanco@uma.es	952131709	129 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Martes 09:30 - 10:30, Martes 12:30 - 13:30, Jueves 09:30 - 10:30, Jueves 12:30 - 13:30, Miércoles 11:30 - 12:30 Segundo cuatrimestre: Martes 12:00 - 13:30, Miércoles 10:30 - 12:00, Viernes 09:30 - 12:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

Mediante esta asignatura los estudiantes podrán conocer los principales rasgos caracterizadores de la geografía andaluza y sus potencialidades en relación al turismo. También podrán aprehender las pautas de distribución de las actividades turísticas en Andalucía y las características sectoriales de la actividad turística en el territorio andaluz.

#### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.7 Reconocer los principales agentes turísticos
- 1.8 Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
- 1.18 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

c. El turismo rural

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades fuera de la Universidad

Trabajos de campo

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades prácticas

Otras actividades prácticas no presenciales

##### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Adquirir los conocimientos generales sobre la estructura espacial del fenómeno turístico regional.

Conocer las potencialidades y factores territoriales que inciden en el desarrollo de la actividad turística en Andalucía y los principales agentes turísticos.

Conocer la diversidad de espacios turísticos que se han desarrollado sobre el territorio andaluz y comprende los factores determinantes de la localización turística en Andalucía.

Capacidad para detectar y asimilar las tendencias, dinámicas y conflictos observados en la actividad turística en Andalucía.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

1. Evaluación continua: las actividades realizadas en el aula/fuera del aula. Los estudiantes realizarán diferentes trabajos prácticos que suponen el 40% de la calificación final, para aprobar se debe obtener como mínimo de 1,75 sobre 4 puntos.

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 60% de la calificación final, para aprobar se debe obtener como mínimo de 2,75 sobre 6 puntos.

En la convocatoria de septiembre se seguirá el mismo procedimiento en la evaluación final del estudiante.

En las convocatorias extraordinarias se evaluarán a los estudiantes mediante un examen que se ajustará al modelo de examen descrito anteriormente.

Los estudiantes a tiempo parcial que no puedan realizar la evaluación continua deberán realizar una pregunta adicional en el examen.

#### Componente de la calificación:

Evaluación continua 4 puntos

Prueba individual 6 puntos

TOTAL CALIFICACION 10 puntos

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Balance del año turístico en Andalucía; CONSERVACIÓN DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTES; Junta de Andalucía; 2012. ISBN: 84-606-2836-1

Desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico; MARCHENA GÓMEZ, M.; Junta de Andalucía; 1996

El medio físico andaluz: clima vegetación y aguas.; RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, R. et alii.; Sarriá; 1999. ISBN: 84-95129-07-8

El medio físico andaluz; PERLES ROSELLÓ, M.J. y MÉRIDA RODRÍGUEZ, M.; Sarriá; 2000. ISBN: 84-95129-45-0

El territorio andaluz; OCAÑA OCAÑA, C. y GARCÍA MANRIQUE, E.; Ágora; 1990.

El turismo de interior en Málaga.; DIPUTACIÓN PROV. DE MÁLAGA.; Diputación provincial de Málaga; 2001. ISBN: 84-7785-415-7

Explorar Andalucía: el espacio físico; VELÁZQUEZ CLAVIJO, F.; Grazalema; 1992. ISBN: 84-87932-16-9

Geografía de Andalucía.; LÓPEZ ONTIVEROS, A. (Coord.); Ariel; 2003. ISBN: 84-344-3476-8

Informe anual del turismo en Andalucía; ANALISTAS ECONÓMICOS.; Fundación Unicaja; 2010; <http://www.economiaandaluza.es/publicaciones/informe-anual-turismo-andalucia-2009>

Oportunidades y desafíos de las actividades emergentes. el turismo en la provincia de Sevilla.; FORONDA ROBLES, C.; Diputación provincial de Sevilla.; 1999

Plan SENDA: Desarrollo de un sistema turístico sostenible y compatible integrado en el espacio rural andaluz.; DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA); Junta de Andalucía; 2000. ISBN: 84-89225-20-6

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga.; FUENTES GARCÍA, R y GARCÍA MESA, J.M.;; Diputación de Málaga; 1996. ISBN: 84-7785-155-7  
 Turismo de reuniones en Andalucía: congresos, convenciones e incentivos.; DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA); Junta de Andalucía; 2000. ISBN: 84-89225-23-0  
 Turismo residencial en Andalucía; DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA); Junta de Andalucía; 2002. ISBN: 84-89225-27-3  
 Turismo y territorio en Andalucía.; MARCHENA GÓMEZ, M.; Junta de Andalucía; 1987. ISBN: 84-505-6370-4

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas	11,7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Lección magistral	28,3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajos de campo	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas
<b>Código:</b>	414
<b>Tipo:</b>	Prácticas externas
<b>Materia:</b>	Proyección profesional
<b>Módulo:</b>	Proyección profesional
<b>Experimentalidad:</b>	Práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	12
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	300
<b>Nº Horas presenciales:</b>	120
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSEFA GARCIA MESTANZA	jgm@uma.es	952131267	4303 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:30 - 14:30, Viernes 10:30 - 11:30, Lunes 08:30 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 12:30, Martes 12:30 - 14:30
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	eigonzalez@uma.es	952134312	1404 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00
FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	fjrodriguez@uma.es	952132223	215 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 10:30 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00
INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
INMACULADA CONCEPCION ALMAHANO GUETO	icalmahano@uma.es	952133259	28 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 13:00 - 14:00
LAURA MONICHE BERMEJO	lmoniche@uma.es	952131184	4 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 12:00, Martes 13:30 - 15:00, Jueves 09:00 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 14:00
MANUEL NICOLAS ENCISO GARCIA-OLIVEROS	enciso@uma.es	952133309	-	
MARGARITA BRAVO SANZ	mbravo@uma.es	952131093	6.12D- - FAC. DE PSICOLOGÍA	Todo el curso: Martes 10:30 - 14:30, Jueves 12:00 - 14:00
MARIA DOLORES FERNANDEZ DE LA TORRE MADUEÑO	mdfernandez@uma.es	952133259	27 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 16:00, Miércoles 15:00 - 16:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Lunes 14:00 - 16:00, Martes 09:00 - 11:00
MARIA ISABEL TURCI DOMINGO	miturci@uma.es	952133261	421 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 14:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00
PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Miércoles 13:00 - 14:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 12:00 - 14:00

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
PILAR ALARCON URBISTONDO	pilar.alarcon@uma.es	952133267	10 - FAC. DE TURISMO	
RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	ajperez@uma.es	952133266	D-4 Vicedecano - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 09:30 - 15:30
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	cjporras@uma.es	952133265	3 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 19:00 - 21:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 12:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se recomienda que el alumno asista a todas las jornadas informativas sobre las prácticas en empresas que se celebren a lo largo del curso. Asimismo, previamente a la incorporación a la empresa para realizar las prácticas, deberá asistir obligatoriamente a las reuniones pertinentes que se convoquen con su tutor académico. Para la matriculación es necesario tener superados 162 créditos de la titulación.

### CONTEXTO

Se realizarán prácticas en empresas e instituciones turísticas, tuteladas por un tutor de la empresa y un tutor académico profesor de la Facultad de Turismo. Las prácticas tienen por objeto aplicar de manera práctica en estas organizaciones los conocimientos que el alumno ha adquirido a lo largo de la carrera, y ayudarle a su posterior incorporación en el mercado laboral.

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.39** 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

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.).

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

#### Actividades No Presenciales

##### Otras actividades no presenciales

Otras actividades no presenciales

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se pretende que el alumno aplique las competencias adquiridas en las distintas asignaturas cursadas en el grado de manera práctica en la empresa, siendo evaluado tal y como se especifica en el procedimiento de evaluación.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Las prácticas curriculares serán evaluadas por el tutor académico de la Universidad basándose en el seguimiento llevado a cabo, el informe del tutor de la entidad colaboradora y la memoria final del estudiante, cumplimentando el correspondiente informe de valoración. A tal fin tendrá en cuenta para la calificación global lo siguiente:

¿ Asistencia. La asistencia a las prácticas es obligatoria en el cómputo total de su duración. Todos los alumnos de prácticas externas curriculares de

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

la modalidad 1 tendrán la obligación de presentarse a las convocatorias que se realicen oficialmente en la fecha, lugar y hora que se les señalen. Los alumnos de las modalidades 2, 3 y 4 que estarán exentos. Los alumnos que no asistan, una vez asignados, y salvo causa de fuerza mayor debidamente justificada, se calificarán como ¿SUSPENSO¿ en la asignatura.

¿ Modalidad 1: Prácticas en empresas e instituciones o proyectos de investigación ofertados por la Facultad de Turismo.

¿ Reconocimiento de:

¿ Modalidad 2: Trabajo en empresas o entidades relacionadas con el sector turístico.

¿ Modalidad 3: Prácticas acogidas a convenios de cooperación educativa formalizados por la Universidad de Málaga.

¿ Modalidad 4: Prácticas en el extranjero.

¿ Grado de aprovechamiento. En la modalidad 1 el grado de aprovechamiento de las prácticas se efectuará teniendo en cuenta el informe y la encuesta final del tutor de la entidad colaboradora, que supondrá el 75% de la calificación. En las modalidades 2, 3 y 4 el tutor académico valorará el trabajo desarrollado por el alumno con un 40% de la calificación.

¿ Memoria. En todas las modalidades de prácticas el alumno/a tendrá que elaborar una memoria de síntesis de las actividades realizadas durante el periodo de prácticas, conforme a un modelo normalizado establecido por la Universidad. No obstante, mientras para la modalidad 1 representará el 25% de la calificación global en las modalidades 2, 3 y 4 supondrán el 60% del total. La memoria deberá entregarse en la Secretaría del Centro en el plazo establecido. La no presentación de la memoria conllevará la calificación de SUSPENSO en la asignatura.

Para obtener la calificación de ¿MATRÍCULA DE HONOR¿ el alumno deberá tener la calificación de 10. En caso de que existan más alumnos con esta calificación que número de matrículas se puedan conceder, la Comisión de Prácticas se reunirá para decidir quién la obtendrá atendiendo a la evaluación efectuada por los tutores de la empresa colaboradora y por los tutores académicos.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

no procede

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas	120	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 120**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>150</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>30</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>300</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	Trabajo Fin de Grado
<b>Código:</b>	415
<b>Tipo:</b>	Trabajo fin de estudios
<b>Materia:</b>	Proyección profesional
<b>Módulo:</b>	Proyección profesional
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	4
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://turismo.cv.uma.es/">http://turismo.cv.uma.es/</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 11:00 - 13:00 Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00
ANTONIO JOSE PEREZ MARTINEZ	ajperez@uma.es	952133266	D-4 Vicedecano - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 09:30 - 15:30
CARLOS JAVIER PORRAS ROMERO	cjporras@uma.es	952133265	3 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 19:00 - 21:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 12:00 - 14:00, Jueves 12:00 - 14:00
ELENA MARIA BARCENA MARTIN	barcena@uma.es	951952129	2307 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 13:30, Martes 09:30 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 12:00 - 13:30, Martes 09:30 - 14:00
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 18:30 - 20:30, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 13:30, Viernes 17:00 - 19:00
EVA ISABEL GONZALEZ GUERRERO	eigonzalez@uma.es	952134312	1404 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00
INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
ISABEL GONZALEZ RIOS	isa_gonzalez@uma.es	952132232	D-I.Gonz. - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:45 - 18:45, Martes 11:00 - 12:00, Jueves 11:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Miércoles 16:45 - 18:45 Segundo cuatrimestre: Jueves 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 11:00, Miércoles 13:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00
JOAQUIN CASTILLO DE MESA	jcastillodemesa@uma.es	952132175	-	Todo el curso: Martes 14:00 - 16:00, Martes 20:00 - 21:00, Jueves 14:00 - 15:00

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
JOSEFA GARCIA MESTANZA	jgm@uma.es	952131267	4303 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:30 - 14:30, Viernes 10:30 - 11:30, Lunes 08:30 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 12:30, Martes 12:30 - 14:30
LAURA MONICHE BERMEJO	lmoniche@uma.es	952131184	4 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 12:00, Martes 13:30 - 15:00, Jueves 09:00 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 14:00
MARIA DEL CARMEN HIDALGO VILLODRES	mchidalgo@uma.es	952132465	-	Primer cuatrimestre: Miércoles 12:00 - 14:00, Martes 11:00 - 13:00, Jueves 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 14:00, Miércoles 12:00 - 14:00
MARIA DOLORES BENITEZ MARQUEZ	bemarlo@uma.es	952131157	1-1-14 - FAC. COMERCIO Y GESTION	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Lunes 14:00 - 17:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 14:00 - 17:00, Lunes 15:00 - 16:00, Viernes 15:00 - 17:00
MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	mjcarrasco@uma.es	952132692	4305A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 08:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 14:00 - 15:00, Jueves 08:00 - 09:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Viernes 08:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 13:00
MIGUEL ANGEL ROPERIO GARCIA	maroperio@uma.es	952131184	1412 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 20:00 - 21:00, Lunes 17:00 - 19:00, Jueves 19:00 - 21:00, Viernes 20:00 - 21:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 18:00 - 21:00, Viernes 17:00 - 20:00
PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Miércoles 13:00 - 14:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 12:00 - 14:00
PATRICIA MARQUEZ LOBILLO	pml@uma.es	952132340	-	
RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
ANA ISABEL GASPAR GONZALEZ	aigaspar@uma.es	952133268	12 TURISMO - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00, Lunes 13:00 - 14:00, Lunes 16:00 - 17:00, Jueves 12:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 09:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

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.

Para matricular la asignatura el alumno deberá haber superado el 70% de los créditos de la titulación (Reglamento del TFG de la Universidad de Málaga)

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)

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.40** Conocer los métodos y técnicas para la formulación, realización, presentación y defensa de un proyecto fin de grado

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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:

- Por los profesores encargados de la docencia de la asignatura TFG.
- Por los propios estudiantes.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Otras actividades expositivas Orientaciones por parte del tutor

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE 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:

- Aspectos formales de la memoria
  - Adecuación a las especificaciones y normas de estilo
  - Correcta especificación de la bibliografía
  - Redacción y ausencia de errores
- Calidad del trabajo:
  - Originalidad y complejidad
  - Nivel de objetivos alcanzados
  - Metodología empleada
  - Soporte de las conclusiones
  - Uso adecuado de las referencias bibliográficas
- 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%

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

El Trabajo Fin de Grado. Guía para estudiantes, docentes y agentes colaboradores; Ferrer, V., Carmona, M., Soria, V.; MacGraw-Hill; 2012

Estructura, metodología y escritura del Trabajo Fin de Máster; Muñoz Alonso, G.; Escolar y Mayo; 2012

Revisión acerca de las normas para la presentación de referencias bibliográficas según el estilo de la American Psychological Association (APA); Abalos, C. C.; Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines; 2003; Buenos Aires

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades expositivas Orientaciones por parte del tutor	5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>5</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>130</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		



POSGRADO EN TURISMO  
(CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y  
DOCTORADO)

**Máster Universitario en Dirección  
y  
Planificación del Turismo**

**POSGRADO EN TURISMO**  
(CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y DOCTORADO)

**Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.**

<b>Coordinadores:</b> Dra. D. <sup>a</sup> Ana Luque Gil. Dr. D. José Luis Caro Herrero.	<b>Tipo:</b> Interdepartamental  (Coordinado por la Facultad de Turismo)
<b>Orientación:</b> Profesional e Investigador. Acceso al Doctorado	
<b>Duración (ECTS):</b> 60 créditos	
<b>Modalidad:</b> Presencial	
<b>Periodo lectivo:</b> Anual – Un curso completo	
<b>Régimen de estudios:</b> 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 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:

<b>Materias Obligatorias</b>	<b>30 ECTS</b>
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
<b>Trabajo fin de máster</b>	<b>12 ECTS</b>
<b>Materias Optativas Ofertadas</b>	
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-.	<b>ECTS</b>

Formación complementaria en Dirección de empresas y organizaciones turísticas	
Gestión económico-financiera de empresa turísticas	<b>3</b>
Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	<b>3</b>
Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	<b>3</b>
Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	<b>3</b>
El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	<b>3</b>
TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	<b>3</b>
Modulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos	<b>ECTS</b>
Creación y comercialización de productos turísticos	<b>3</b>
Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	<b>3</b>
Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	<b>3</b>
Gestión del medio natural y desarrollo local	<b>3</b>
Sistemas de información geográfica aplicada la turismo	<b>3</b>
<b>Materias según orientación (profesional y/o investigadora)</b>	
Aquellos alumnos que opten por la doble orientación deberán cursar las asignaturas específicas de cada orientación, por lo que obligatoriamente cursaran 66 créditos.	<b>ECTS</b>
Modulo de formación complementaria en métodos y técnicas de investigación en turismo (Orientación investigadora- acceso doctorado)	
Metodología para la investigación en turismo	<b>6</b>
Modulo de formación complementaria de prácticas en empresas y organizaciones turísticas (Orientación profesional)	
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	<b>6</b>



**PROGRAMA DE LAS ASIGNATURAS DEL  
*MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN  
Y EN PLANIFICACIÓN DEL TURISMO***

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS ESCENARIOS
<b>Código:</b>	101
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL TURISMO
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 11:00 - 13:00, Jueves 09:00 - 11:00, Viernes 18:00 - 20:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Por su composición temática y el nivel de impartición, los alumnos deberán tener unos conocimientos básicos de estadística descriptiva y acceso a bases de datos electrónicas y conocimientos de lengua inglesa a nivel de lectura comprensiva

### CONTEXTO

Se analizan los diferentes mercados turísticos haciendo especial referencia a sus actuales condiciones en el marco de la crisis económica. Se trata de una asignatura actual, actualizada y actualizable, pues trata los temas con la inmediatez que permiten las nuevas tecnologías. Pretende analizar el marco en el que asienta la actividad turística y en el que luego se despliegan los agentes económicos, por lo que debe ser la base de los conocimientos que luego se desarrollan gracias a otras asignaturas del plan de estudio, tanto con las del área de Geografía como las del ámbito de la Dirección de Empresas, Comercialización

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.13 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- 2.23 Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### BLOQUE I: LA ESTRUCTURA DE LOS MERCADOS TURISTICOS

Tema 1. Los mercados turísticos y su estructura: actividades características y no características.

#### BLOQUE II: LOS MERCADOS TURÍSTICOS EN ESCENARIOS DE CRISIS

Tema 2. Fuentes estadísticas para la toma de decisiones.

Tema 3. La industria de hostelería: alojamiento turístico y restauración.

Tema 4. La industria de transporte.

Tema 5. La intermediación turística.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Tema 6. Estrategias de las empresas turísticas ante un escenario de crisis.

### BLOQUE III: PRODUCTOS TURÍSTICOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Tema 7. Segmentos emergentes y oportunidades de mercado.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al concluir la asignatura el alumno deberá ser capaz de desarrollar las competencias señaladas en el apartado "competencias" de esta guía. Como criterio general de evaluación se atenderá principalmente a la evaluación continua. En este sentido se valorará la asistencia a clase y participación durante las mismas, en un porcentaje que supondrá el 30% de la calificación final, y la realización de una prueba parcial consistente en un test de 10 preguntas aproximadamente cuando se hayan impartido las primeras 25 horas de docencia. Esta prueba supondrá el 10% de la calificación final.

Atendiendo a las particularidades del Master, se propondrá a los alumnos al principio del curso dos posibilidades para completar la evaluación de los conocimientos adquiridos:

- Vía 1: mediante la realización de un trabajo sobre uno o varios de los contenidos específicos de la asignatura (que supondría un 30% de la calificación) y un examen tipo test de 10 preguntas (que supondría un 30%)
- Vía 2: la realización de un examen final de 20 preguntas tipo test (que supondría el 60% de la calificación final)

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Como criterio general de evaluación se atenderá principalmente a la evaluación continua. En este sentido se valorará la asistencia a clase y participación durante las mismas, en un porcentaje que supondrá el 30% de la calificación final, y la realización de una prueba parcial consistente en un test de 10 preguntas aproximadamente cuando se hayan impartido las primeras 25 horas de docencia. Esta prueba supondrá el 10% de la calificación final.

Atendiendo a las particularidades del Master, se propondrá a los alumnos al principio del curso dos posibilidades para completar la evaluación de los conocimientos adquiridos:

- Vía 1: mediante la realización de un trabajo sobre uno o varios de los contenidos específicos de la asignatura (que supondría un 30% de la calificación) y un examen tipo test de 10 preguntas (que supondría un 30%)
- Vía 2: la realización de un examen final de 20 preguntas tipo test (que supondría el 60% de la calificación final)

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

Dadas las características de la asignatura, se aportará bibliografía en el momento impartir la docencia de cada tema



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 45

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL** 90

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN** 15

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE** 150

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	HABILIDADES DIRECTIVAS
<b>Código:</b>	102
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	HABILIDADES DIRECTIVAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** PSICOLOGÍA SOCIAL, ANTROPOLOGÍA SOCIAL, TRABAJO SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES

**Área:** PSICOLOGÍA SOCIAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: MARGARITA BRAVO SANZ	mbravo@uma.es	952131093	6.12D- - FAC. DE PSICOLOGÍA	Todo el curso: Martes 10:30 - 14:30, Jueves 12:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.

##### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

2.3 Adaptarse a nuevas situaciones

2.7 Negociar: llegar a acuerdos

2.8 Organizar y liderar equipos

2.9 Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.

Debates

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.

- Estudio/discusión de casos
- Vídeo forum

### Actividades No Presenciales

#### Actividades de discusión, debate, etc.

- Participación en foros

#### Actividades de elaboración de documentos

- Elaboración de informes

#### Actividades prácticas

- Estudios de casos
- Otras actividades prácticas no presenciales

#### Estudio personal

- Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Al finalizar el curso el estudiante debe haber conseguido:

Un acercamiento comprensivo a los conceptos y términos básicos, así como de los principales modelos teóricos en el ámbito de las habilidades de dirección

Mejorar en la identificación y entendimiento de las señales emotivas y conductuales de los demás, respetando la complejidad y la diversidad en las relaciones interpersonales del trabajo en equipo.

Desarrollar competencias directivas para gestionar la información y fomentar la motivación en el grupo de trabajo

Resolver confrontaciones interpersonales mediante la colaboración y negociación

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se seguirá un procedimiento de evaluación continua sobre como se va desarrollando el proceso enseñanza-aprendizaje.

El/la estudiante habrá de presentar informes y resolución de casos sobre las actividades propuestas por la profesora. Para alcanzar las competencias propuestas estas actividades serán tanto de carácter grupal como individual.

La puntuación final en la asignatura implicará:

1. Realización de trabajos sobre las prácticas y las actividades autoformativas 90% del peso total

Los trabajos entregados se evaluarán de acuerdo a la:

- Organización y calidad de los contenidos, relación con los temas estudiados y adecuación a la situación particular.
- En su caso, justificación de los métodos y técnicas utilizados.
- Corrección en la interpretación de resultados cuando se trate de la aplicación de alguna prueba de evaluación.

2. Asistencia a clase, implicación en su desarrollo, participación en foros y actividades online, 10% del total.

Cuando el estudiante no opte por la evaluación continua u utilice la convocatoria sin asistencia al desarrollo presencial de la asignatura se le planteará un examen tipo test sobre el contenido del temario y deberá elaborar un informe sobre un tema popuesto

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Desarrollo de habilidades directivas (6ª ed.); Whetten, D.; Pearson Educación; 2005
- El directivo emocionalmente inteligente.; Caruso, D. y Salovey, P.; Algabe; 2005
- El libro de las habilidades directivas (Recursos electrónico); Puchol, L.; Díaz de Santos; 2003
- Gestión del tiempo: en busca de la eficacia.; Ballenato, G.; Pirámide; 2007
- Gestión eficaz del Tiempo y control de estrés; Acosta, J. M.; Esic; 2006
- Habilidades de dirección en las organizaciones.; Gil, F. y García, M.; Eudema; 1993
- Habilidades directivas y técnicas de liderazgo.; Vázquez, L.; Ideas Propias; 2007
- Inteligencia emocional en el trabajo: cómo seleccionar y mejorar la inteligencia emocional en individuos, grupos y organizaciones; Cherniss, C. y Goleman, D.; Kairós; 2005
- Inteligencia emocional.; Goleman, D.; Kairos; 1996
- Los secretos de la dirección. Manual práctico para dirigir Organizaciones y equipos.; Costa, M. y López, E.; Pirámide; 2008

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Mujeres y liderazgo: una nueva forma de dirigir; Ramos López. A.; Universidad de Valencia; 2005

The competent manager: A model for effective performance.; Boyatzis, R.; John Wiley & Sons.; 1982

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	14,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Debates	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estudio/discusión de casos	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vídeo forum	3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>7,5</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>

## GUÍA OCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO
<b>Código:</b>	103
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	9
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	225
<b>Nº Horas presenciales:</b>	67,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	<a href="http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3144">http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3144</a> <a href="http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3480">http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3480</a>

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTADÍSTICA Y ECONOMETRÍA) (Dep. 68)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FRANCISCO TRUJILLO ARANDA	trujillo@uma.es	952131207	2107 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00
MARIA DOLORES SARRION GAVILAN	dsarrion@uma.es	952131205	2105 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 15:00, Martes 12:00 - 15:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 12:00, Jueves 12:00 - 14:00, Martes 12:00 - 14:00
ANTONIO FERNANDEZ MORALES	afdez@uma.es	952137189	2110 - FAC. DE ECONÓMICAS	Todo el curso: Lunes 11:30 - 13:30, Martes 09:30 - 13:30
FERNANDO ISLA CASTILLO	isla@uma.es	952137189	2105 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 12:00, Lunes 10:00 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:30 - 13:30, Martes 09:30 - 11:30, Jueves 11:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Esta asignatura se divide en dos bloques, el primero se denomina "Inferencia estadística e introducción al análisis multivariante aplicados a la gestión y planificación del turismo" y está integrado por 2 lecciones en las que, respectivamente, se exponen sintéticamente los conceptos básicos de la Inferencia Estadística y los principales métodos de Análisis Multivariante de aplicación en dicho ámbito.

El segundo bloque se denomina "Análisis de series temporales, predicción a corto y medio plazo" y está integrado por 3 lecciones en las que se exponen los fundamentos del análisis de series temporales, desde el enfoque clásico al estocástico, enfocado a la predicción y con aplicaciones y ejemplos del sector turístico.

En ambos bloques se realizan análisis de datos con programas informáticos estándar en Estadística y Econometría con objeto de que los conocimientos adquiridos tengan una aplicación práctica. Cada uno de los bloques cuenta con su propia página en el Campus Virtual, en las que están disponibles materiales de estudio, ejemplos, casos prácticos, cuestionarios de autoevaluación, etc.

Para cursar esta asignatura los estudiantes deberían tener los conocimientos de Estadística equivalentes a los que se adquieren en la correspondiente asignatura de la Licenciatura o Grado en Turismo, así como los conocimientos de Matemáticas que se adquieren en el bachillerato de Ciencias Sociales.

### CONTEXTO

Esta es una asignatura de tipo cuantitativo y tiene un carácter instrumental en el contexto del Máster en Dirección y Planificación del Turismo. Entre otros objetivos, los alumnos podrán aprender y desarrollar su capacidad para aplicar técnicas de recogida y análisis de datos, conocer y aplicar los métodos estadísticos para la clasificación y la predicción, aplicar instrumentos cuantitativos de planificación y control de la actividad turística y abordar la investigación de problemas empíricos.

Los conocimientos adquiridos en esta asignatura serán de aplicación en cualquier proyecto o trabajo de otras materias que requiera del uso de técnicas estadísticas y de análisis de series temporales.

Las clases se impartirán en su totalidad en el Aula de Informática, con objeto de combinar óptimamente los conceptos teóricos con su aplicación a datos del sector turístico.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- |      |   |
|------|---|
| 2.7  | Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.               |
| 2.8  | Aplicar instrumentos de planificación.  |
| 2.15 | Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.                                       |
| 2.16 | Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones |
| 2.18 | Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística                |
| 2.24 | Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.                   |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Inferencia estadística e introducción al análisis multivariante aplicados a la gestión y planificación del turismo

BLOQUE 1: 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 2: Análisis de series temporales, predicción a corto y medio plazo

BLOQUE 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral En todos los casos incluye ejemplos numéricos y gráficos

##### Actividades prácticas en aula docente

Resolución de problemas Ejercicios numéricos sencillos con calculadora

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en aula informática Desarrollo de ejemplos y casos a realizar por los alumnos con la supervisión del profesor

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Evaluar si el alumno ha comprendido y sabe aplicar las técnicas básicas de inferencia estadística para el análisis de datos (compt. 2.15).

Evaluar si el alumno ha comprendido, es capaz de identificar y de aplicar el método de análisis multivariante más adecuado según los datos disponibles y la finalidad del análisis (compt. 2.7, 2.8, 2.15).

Evaluar si el alumno ha comprendido las características y composición de las series temporales y es capaz de determinar las tendencias y la dinámica de las principales variables turísticas (compt. 2.15).

Evaluar si el alumno ha comprendido los fundamentos del análisis estocástico de series temporales y es capaz de aplicar los modelos básicos de predicción a corto y medio plazo (compt. 2.7, 2.8, 2.15).

Evaluar si el alumno es capaz de poner en relación las técnicas y métodos estudiados con ejemplos y situaciones relativas al ámbito del sector turístico con fines de planificación y control (compt. 2.16, 2.18, 2.24).

Evaluar si el alumno capaz de extraer conclusiones útiles del análisis estadístico y econométrico de los datos analizados del sector/empresa turística (compt. 2.16, 2.18, 2.24).

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Prueba escrita final de carácter teórico-práctico, 60% de la calificación total.

Resolución de ejercicios-casos prácticos por el alumno, 30% de la calificación total. La resolución de los casos prácticos será individual, no se admiten soluciones en grupo.

Participación activa en clase, 10% de la calificación total. Dado que las clases se imparten en el Aula de Informática, la participación se acreditará mediante la realización de cuestionarios durante la clase o al final de la misma.

Se realizará una prueba al terminar el período de docencia del primer bloque y del segundo bloque. Los alumnos que no hayan obtenido una

calificación total igual o superior a 5, en el primer bloque, deberán realizar la prueba final del mismo conjuntamente con la del segundo bloque, esta

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

última será única. Para aprobar la asignatura la media de las calificaciones totales en ambos bloques habrá de ser igual o superior a 5.

La corrección de la prueba final y de los casos prácticos se realizará tomando como referencia fundamental las explicaciones de clase y la bibliografía básica propuesta, así como los resultados numéricos y el desarrollo de los ejercicios-casos prácticos.

El sistema de evaluación será el mismo en las dos convocatorias ordinarias de cada curso académico. En el caso de las convocatorias extraordinarias el sistema de evaluación será el de la convocatoria ordinaria del curso anterior.

Las actividades de los alumnos (resolución de ejercicios-casos prácticos, participación activa) no son recuperables, por lo que la puntuación obtenida en las mismas se mantendrá vigente para la segunda convocatoria ordinaria del curso y para las extraordinarias del curso siguiente.

En relación a la evaluación de los estudiantes a tiempo parcial, se estará a lo dispuesto en la normativa aprobada en Consejo de Gobierno de 21 de julio de 2011 y a su concreción por la Comisión de Ordenación Académica de la Facultad de Turismo.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Econometría: Series temporales y predicción. Editorial A.C; Otero, J.M. (1993)
- Métodos de Econometría (Primera edición). Ed: Vicens Vives; Johnston, J. Y Dinardo, J. (2001)
- Métodos Econométricos. Vicens Vives. Barcelona; Johnston, J. (1987)
- Modelos Econométricos de Series Temporales. Teoría y Práctica. Septem Ediciones; García, M. y López, E. (2001)
- nº: 11 y 12. 1979; Cuadernos ICE (Información Comercial Española)
- Probabilidad y estadística : Aplicaciones y métodos. McGraw Hill. Madrid; Canavos, G.C.(2001)
- Probability and Statistical Inference, 5ª Edición. Prentice- Hall, Inc. New Jersey; Hogg, R.V., Tanis, E.A. (1997)
- Advanced Statistics from an elementary point of view. Elsevier, Academia Press. USA; Panik, M.J. (2005)
- Análisis de datos: Series temporales y análisis multivariante. AC. Madrid; Uriel, E. (1995)
- Análisis Económico. Prentice Hall; Greene, W.H. (1998)
- Análisis estadístico con SPSS para Windows. Vol. II: Estadística Multivariante. McGraw Hill. Madrid; Visauta Vinacua, B. (2003)
- Análisis estadístico con SPSS14: Estadística Básica. McGraw Hill. Madrid; Visauta Vinacua, B. (2007)
- Análisis multivariante aplicado: Aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo. Thomson. Madrid; Uriel, E. (2005)
- Análisis multivariante. Prentice Hall. Madrid; Hair, J. F., Anderson, R.E., Tahtam, R.L. y Black, W. (2005)
- Cien ejercicios de econometría. Editorial Pirámide; Bernardo Pena, J. et al. (1999)
- Econometría (3ª edición). Editorial Mc Graw Hill; Gujarati, D. N. (1997)
- Estadística: Modelos y Métodos ¿ Vol. 1. Fundamentos. 2ª Edición. Alianza Universidad Textos. Madrid; Peña, D. (1992)
- Estadística para la administración y la economía, 6ª Edición. Pearson Prentice Hall. Madrid; Newbold, P., Carlson, W.L. y Thorne, B. (2008)
- Introducción a la Econometría. Prentice Hall, México; Maddala (1996)
- Introducción al análisis de series temporales. Ed. AC; Uriel, E. y Peiró, A. (2000)
- Métodos de Predicción en Economía. Volumen I y II. Ariel Económica; Aznar A. y Trivez, F.J. (1993)
- Técnicas de análisis multivariante de datos. Aplicaciones con SPSS. Pearson Educación. Madrid; Pérez, C. (2004)
- Técnicas estadísticas con SPSS. Pearson Educación. Madrid; Pérez, C. (2005)

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral En todos los casos incluye ejemplos numéricos y gráficos	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resolución de problemas Ejercicios numéricos sencillos con calculadora	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática Desarrollo de ejemplos y casos a realizar por los alumnos con la supervisión del profesor	17,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 67,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 135**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 22,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 225**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA
<b>Código:</b>	104
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 18:30 - 20:30, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 13:30, Viernes 17:00 - 19:00
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00
M <sup>a</sup> . CARMEN CARVAJAL GUTIERREZ	carvajal@uma.es	952133446	116 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:30, Lunes 13:30 - 15:00, Viernes 12:00 - 13:30, Miércoles 10:30 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 12:00 - 15:00, Miércoles 09:00 - 12:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.20**
- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
  - 2.3 Conocer los principios de la gestión sostenible.
  - 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
  - 2.5 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
  - 2.6 Entender el destino turístico como sistema.
  - 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
  - 2.10 Conocer las políticas que afectan al destino. Conocer las técnicas de dirección empresarial.
  - 2.11 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
  - 2.14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
  - 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
  - 2.16 Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
  - 2.18 Establecer

sistemas de control de la evolución de la actividad turística  
Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### 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

##### 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 al gestión

##### 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.

##### 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

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Evaluación: Se evalúa la asistencia a clases presenciales, trabajo de campo y seminarios (20%) y los ejercicios prácticos de cada tema (80%)

Clases teóricas: clases magistrales obligatorias y foros de discusión

Clases prácticas: Trabajos aplicados para la búsqueda de información sobre ayudas al desarrollo turístico 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

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Básica

- A proposito del Turismo; Anton Clavé y González Reverte (coord.); Universitat .Oberta de Catalunya; 2007
- Análisis Territorial del Turismo y planificación de destinos turísticos; Vera, J.F. (coord.), López Palomeque, F., Marchena, M. y Anton, S.; Ect. Tirant lo Blanc; 2011
- Estrategias turísticas integradas en los vigentes planes de ordenación del territorio, en zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias; EXCELTUR; www.exceltur.org; 2007
- Estudio de los impactos socioeconómicos, ambientales y sobre el empleo del actual modelo de desarrollo turístico español del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias; EXCELTUR; www.exceltur.org; 2005
- Manual de gestión local del turismo; Fernández Tabales, A; Patronato de Turismo de Sevilla; 2004
- Ordenación y gestión del territorio turístico; Blanquer, D. (director); Tirant lo Blanch; 2002
- Planificación territorial del turismo; Anton Clavé y González Reverte (coord.); Universitat .Oberta de Catalunya; 2005
- Planificación Turística Autonómica: Dimensiones y Perspectivas; Rivas Garcia J. y Magadan Diaz, M.; Septem Ediciones; 2008
- Planificación turística de los espacios regionales en España; Ivars Baidal, J.A.; Sintesis; 2003
- The Market Viability of European Mass Tourist Destinations. A Post-stagnation life cycle analysis; Knowles, T. y Curtis, S; International Journal of Tourism Research, 1, pp.87-96; 1999
- Tourism planning. Policies, processes and relationships; Hall, C. M.; Prentice Hall; 2003

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM
<b>Código:</b>	105
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Materia:</b>	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES APLICADAS AL TURISMO
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 16:30 - 18:30, Miércoles 18:30 - 20:30, Martes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 08:30 - 11:30
JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcaro@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:30 - 12:30 Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 18:30, Miércoles 17:00 - 19:00, Martes 18:00 - 18:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:30 - 11:30, Martes 12:30 - 13:30, Miércoles 11:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

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

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.6 Entender el destino turístico como sistema.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.13 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.17 Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Otras actividades expositivas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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.

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos, así como la correcta aplicación de los mismos en la realización de las tareas y ejercicios prácticos.

Se valorará el uso correcto de las aplicaciones informáticas presentadas en el curso.

### PROCEDIMIENTO DE 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 y un cuestionario final (60%), el trabajo en el que se valorará la correcta utilización de las herramientas mostradas y la calidad global del mismo se valorará con un 80% y el cuestionario final un 20% del 60% del componente de la evaluación.

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. No se tendrá en cuenta los componentes de la evaluación continua. Es obligatorio presentar el trabajo propuesto a lo largo del curso el cual tendrá un valor del 40% de la calificación total.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Posicionamiento en buscadores.; Maciá, F.; Gosende, J.; Anaya Multimedia; 2012
- Analítica web : medir para triunfar: metodología probada para la toma de decisiones basada en datos web; Maldonado S.; ESIC; 2010
- eTourism Case Studie. Management and marketing issues.; Egger,R.; Buhalis. D; Elsevier; 2008
- Google Analytics.; Cutroni, J.; O'Reilly; 2007
- Marketing online:estrategias para ganar clientes en Internet; Maciá, F.; Gosende, J.; Anaya Multimedia; 2010
- Optimizar los buscadores, usabilidad y marketing web.; Fischer, M. Website boosting.; Marcombo; 2007
- SEO : cómo triunfar en buscadores; Orense Fuentes M.; ESIC; 2010
- Tecnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores; Maciá F; Anaya Multimedia; 2011

#### Complementaria

- eTourism. Information technologies for strategic tourism.; Buhalis. D.; Financial Times Prentice Hall; 2003

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

#### Descripción

Horas Grupo grande Grupos reducidos

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades expositivas	15	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lección magistral	30	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		45	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		90	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		15	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		150	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
<b>Código:</b>	106
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
**Área:** COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ	bdalcazar@uma.es	951952065	Dirección - FAC. COMERCIO Y GESTION	Todo el curso: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.5 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.13 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- 2.22 Manejar las técnicas de comunicación y servucción

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Otras actividades expositivas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Tras el proceso de aprendizaje el alumno deberá conocer, comprender y ser capaz de desarrollar estrategias de marketing que permitan mejorar la competitividad de los productos turísticos, desarrollar procesos para la creación de nuevos productos y diseñar estrategias de comercialización para posicionar la oferta de productos turísticos.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El procedimiento de evaluación será el siguiente:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Para la convocatoria ordinaria de junio 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 las convocatorias de septiembre y extraordinarias se realizará una prueba individual que supondrá el 40% de la calificación y el trabajo final el 60%.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Casos de turismo cultura; FONT J.:; Ariel; 2004
- Destinos turísticos de éxito: Diseño, Creación, gestión y marketing; EJARQUE, J.:; Piramide; 2005
- Estrategias de marketing; MUNUERA, J. L. Y RODRÍGUEZ, A. I. :; Esic; 2007
- Investigación y estrategias turísticas; ORTEGA MARTÍNEZ, E.:; Thomson; 2003
- Marketing para Turismo.; KOTLER, P.; BOWENS, J. ; MAKENS, J.; RUFÍN, R. Y REINA, M. D. .; Prentice Hall; 2004
- Marketing de ciudades; ELIZAGARATE, V. de.:; Piramide; 2003
- Marketing Turístico.; MUÑOZ OÑATE, F.; Cerasa; 1999
- Progress in tourism marketing; KOZAK, M. Y ANDREU, L.:; Elsevier; 2006
- Destination marketing: an integrated marketing communication approach; PIKE, S.; Elsevier; 2009
- El negocio de la felicidad; CHIAS, J.:; Prentice Hall; 2004
- La ciudad histórica como destino turístico; CALLE VAQUERO, M. De la; Ariel; 2006
- La gestión de marketing en el turismo rural.; MEDIANO, L. .; Pearson; 2004
- Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo; BIGNÉ ALCAÑIZ, E.; FONT AULET, X. Y ANDREU SIMÓ, L; Esic; 2000
- Marketing del turismo rural; GARCÍA HENCHE, B.:; Piramide; 2003
- Marketing in travel and tourism; MIDDLETON, V.T.C. .; Heinemann; 2001
- :Marketing leadership in hospitality and tourism: strategies and tactics for competitive advantage .; SHOEMARKER, S y LEWIS, R.C.; Pearson; 2007
- Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases.; SEATON, A.V. y BENNET, M.M.:; Thomson Business Press; 1996
- Marketing Turístico; SERRA, A; Pirámide; 2002
- Parques temáticos; ANTÓN CLAVÉ, S.; Ariel; 2005

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	15	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades expositivas	7,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL** 22,5

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL** 45

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN** 7,5

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE** 75

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Código:</b>	107
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
JOSE RODRIGUEZ RODRIGUEZ	jrr@uma.es	952131268	4302 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 16:00 - 17:00, Lunes 18:30 - 20:30, Jueves 10:00 - 11:30, Jueves 13:00 - 14:30 Segundo cuatrimestre: Jueves 18:15 - 20:00, Lunes 09:30 - 11:00, Lunes 11:00 - 13:45

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Se recomienda asistir a clase, además de consultar la bibliografía recomendada y el material que se cuelgue en la plataforma virtual de la asignatura.

### CONTEXTO

En esta asignatura se hace un estudio sobre las distintas funciones tradicionales de la dirección de recursos humanos: planificación, reclutamiento, selección, formación, evaluación, retribución, adaptado todo ello a las empresas del sector turístico. Además, se aplican estos conocimientos de una manera teórico-práctica a la particular situación que viven las empresas turísticas inmersas en un entorno globalizado. Esta asignatura tiene conexión de manera indirecta con otras asignaturas del master relacionadas con temas de empresa como la gestión de la producción y la calidad o el marketing.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.7 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.13 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.17 Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- 2.18 Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- 2.19 Saber representar a la organización.
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Tema 1:La administracion de recursos humanos.Especial referencia a su planificacion.

Tema 2:Reclutamiento y seleccion de personal.

Tema 3:Formacion y desarrollo de carreras.

Tema 4:Evaluacion del rendimiento y retribucion.

Tema 5:Dirección de recursos humanos en un entorno globalizado. Especial referencia al papel de la mujer en el mercado laboral.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

###### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Conferencia

###### Actividades prácticas en aula docente

- Otras actividades prácticas

###### Actividades prácticas en instalaciones específicas

- Prácticas en aula informática

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Con un aprendizaje y evaluación continua a partir de asistencia a clase, conferencias, trabajos y casos prácticos a realizar por los alumnos, se pretende que se adquieran las competencias especificadas en la asignatura.

En caso de que el alumno por alguna circunstancia no pudiera someterse a este proceso de aprendizaje y evaluación continua, deberá preparar la asignatura a partir de la bibliografía recomendada y el material colgado en la plataforma virtual, y realizar el examen final para poderlo evaluar.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Evaluación continua:

- AEP1.6 Realización de trabajos y/o proyectos: 30% de la calificación
- AEP1.7. Participación en clase: 20% de la calificación.
- AENP1.1 Pruebas on line: casos prácticos y trabajos a entregar a través de la plataforma virtual: 50% de la calificación.

En caso de no asistir a clase ni entregar el material exigido para calificar mediante evaluación continua, para superar la asignatura la evaluación será: AEP1.5. Examen final: 100% de la calificación

Para obtener Matrícula de Honor el alumno deberá tener en la asignatura la calificación de un 10. En caso de que existan más alumnos con esta calificación que número de Matrículas de Honor que se puedan conceder, los alumnos con un 10 que deseen optar a Matrícula de Honor deberán realizar un trabajo relacionado con los contenidos de la asignatura que les indicará el profesor, los alumnos que realicen los mejores trabajos serán los que obtendrán Matrícula de Honor.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Administracion de los recursos humanos en las empresas turisticas.Piramide.Madrid.; GASPARD GONZALEZ, A. Y MARTIN ROJO,I (2010)
- Administracion de Recursos Humanos.MCgraw.Hill.Sta.Fe de Bogota.; CHIAVENATO,I.(1999)
- Direccion y gestion de empresas del sector turistico.4º Edicion.Piramide.Madrid.; MARTIN ROJO,I. (2009):
- Direccion y gestion de personal.Piramide.Madrid.; RODRIGUEZ RODRIGUEZ,J.ET AL (2000):
- La gestion de personal en la empresa turistica.Centro de Estudios Ramon Areces.Madrid.; SERRAT I JULIA, J.(1996):

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Organizacion y Recursos Humanos.Sintesis.Madrid.; BAYON MARINE,F.(2002)

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	16	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conferencia	2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades prácticas	2,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN
<b>Código:</b>	108
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	MARKETING APLICADO A EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Área:</b>	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: PILAR ALARCON URBISTONDO	pilar.alarcon@uma.es	952133267	10 - FAC. DE TURISMO	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.5 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- 2.6 Entender el destino turístico como sistema.
- 2.7 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.17 Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- 2.19 Saber representar a la organización.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### ¿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

#### Gestión de mis mercados

Fidelización del mercado

Gestión de quejas

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno diferencie claramente cliente, mercado, consumidor  
sepa usarlo como herramienta para el diseño de estrategias comerciales  
sepa que debe saber del cliente

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

participación en clase  
resolución de casos prácticos

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Atención al cliente. Ed. Pirámide, Madrid; BLANCO, A. (2007)

Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro. Ed. Esic, Madrid.; ABASCAL F. (2002)

Piense como su cliente. Una estrategia para incrementar ventas al entender cómo y por qué compran. Ed. Gestión 2000, Barcelona.; BILL, S. (2006)

Técnicas de servicios y atención al cliente. Ed. Thomson-Paraninfo, Madrid; GARCÍA ORTIZ, F. Y OTROS (2006)

El consumidor turístico. Esic, Madrid; Borja, S; Casanovas, JA y Bosh, R (2002)

Marketing de clientes: ¿Quién se ha llevado mi cliente?. Ed. McGraw-Hill, Madrid.; BARQUERO, J.D. (2007)

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	FUNDAMENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT (YIELD MANAGEMENT)
<b>Código:</b>	109
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA APLICADA (ESTRUCTURA ECONÓMICA)

**Área:** ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: BIENVENIDO ORTEGA AGUAZA	ortega@uma.es	952131187	D-1403 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 17:00 - 20:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 18:00, Martes 18:00 - 20:00, Miércoles 10:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Durante la docencia presencial el profesor expondrá el contenido teórico y práctico del programa. Con carácter previo a la exposición de los contenidos, el profesor propondrá la lectura de la bibliografía básica recomendada. En todo caso, los alumnos deberán acudir a la bibliografía para afianzar y ampliar los contenidos explicados en las sesiones teóricas. 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 y, por otro, fomentar en el alumno la capacidad de aprendizaje autónomo. Para la evaluación y el seguimiento de los contenidos de la asignatura se habilitará la asignatura 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 individuales se resolverán las dudas que en la preparación de las sesiones teóricas o prácticas puedan plantear los alumnos.

### CONTEXTO

Introducción a los fundamentos del Revenue Management, con especial interés en su implementación a nivel práctico dentro del sector hotelero.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.17 Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- 2.18 Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### General

TEMA 1. Concepto y principios básicos del Hotel Revenue Management (RM).

- 1.1. Concepto y orígenes del RM.
- 1.2. "Strategic levers".
- 1.3. La cultura del Revenue Management.
- 1.4. Indicadores de rendimiento en el sector hotelero.

TEMA 2. Predicción de la demanda. Análisis de series temporales.

- 2.1. Componentes específicos de las series temporales.
- 2.2. Técnicas elementales de predicción.
- 2.2. Cálculo de la "unconstrained demand".
- 2.3. Fases en la predicción de la demanda.

TEMA 3. Análisis de la competencia y segmentación de la demanda.

- 3.1. Concepto y fases del análisis de la competencia ("benchmarking").
- 3.2. Concepto y fases de la segmentación de demanda.
- 3.3. Modalidades de segmentación de la demanda en los hoteles.

TEMA 4. Estrategias y políticas de tarificación.

- 4.1. Estrategias de tarificación: evolución y rasgos específicos.
- 4.2. Criterios para la fijación de precios.
- 4.4. Políticas de tarificación: discriminación de precios.
- 4.5. Políticas de tarificación: paridad tarifaria, enmascaramiento de precios y precios interactivos.
- 4.6. Definición de la estructura tarifaria. Barreras tarifarias.

TEMA 5. Optimización de la capacidad. Introducción a la programación lineal.

- 5.1. Control de la capacidad hotelera.
- 5.2. Métodos para el cálculo de los límites de reserva.
- 5.3. Gestión del over-booking.
- 5.4. Otras medidas para el control de la capacidad.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### Actividades No Presenciales

##### Actividades prácticas

Resolución de problemas

##### Estudio personal

Estudio personal

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Adquisición de los conocimientos teóricos correspondientes a la asignatura y el desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con la implementación de los sistemas de Revenue Management.

La evaluación de la asignatura consistirá en la realización de los ejercicios prácticos que se propongan y, en su caso, de las correspondientes pruebas de evaluación. 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Convocatoria ordinaria.

Durante el curso, los alumnos resolverán cuatro casos prácticos, ejercicios numéricos y diversas preguntas de reflexión sobre el contenido de las clases teóricas y prácticas. 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 las actividades de evaluación continua, o que no alcancen una nota media de 5 puntos sobre 10 en las cuatro pruebas, deberán presentarse al examen final de la asignatura en la fecha prevista. El examen en las convocatorias ordinarias 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).

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Yield Revenue Management en el Sector Hotelero. Estrategias e Implantación; Talón, P., González, L. y M. Segovia; Delta Publicaciones Universitarias; 2012; Madrid

#### Complementaria

Ingold, A., McMahon-Beattie, U. y I. Yeoman (eds.) (2000): Yield Management. Strategies for the Service Industries, 2nd ed., South-Western Cengage Learning, Andover, UK.

Tranter, K.A., Stuart-Hill, T. y J. Parker (2009): An Introduction to Revenue Management for the Hospitality Industry. Principles and Practices for the Real World, Pearson Education, New Jersey, USA.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>7,5</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	GESTIÓN AVANZADA DE LA PRODUCCIÓN Y LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Código:</b>	110
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Inglés
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO PELAEZ VERDET	apv@uma.es	952133268	12 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Viernes 10:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 12:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

The subject will be taught in English.

### CONTEXTO

Production and Operations Management is becoming quite important in Tourism sector. Unlike other topics, POM shows a direct relationship with the end user, who is rather sensitive to time, worker's mood or many other variables that can be controlled to produce the firm's best.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.1 Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.7 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.13 Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.17 Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- 2.18 Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- 2.19 Saber representar a la organización.
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.24 de gestión.  
Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Core contents

1. Operations subsystem. Variables that define the production process.
2. Operational programming and temporary operations: restricted programming, graph GANTT and PERT.
3. Reliability and maintenance. The process of outsourcing.
4. Quality and production processes.

##### Crosswise contents

5. Production from a sector-centered point of view: restaurant operations, hospitality, travel agencies and tourism secondary.
6. Safety control: prevention of hazards in labour and associated disciplines.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

###### Actividades expositivas

Lección magistral

##### Actividades No Presenciales

###### Actividades prácticas

Resolución de problemas  
Estudios de casos

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Upon completion of the subject, the student should have developed the following learning outcomes:

- a) Learn about the trends and dynamics of the tourism markets.
- b) Learn about new trends in the creation of tourism products.
- c) Take proper decisions on the application of information technologies and communications.
- d) Implement quality and environmental, economic and social management systems.
- e) Set up and implement planning instruments.
- f) Set up and implement financial management techniques for the tourism exploitation.
- g) Learn the techniques of business management.
- h) Design products and tourism projects to undertake.
- i) Link those agents involved in the development of the tourism product.
- j) Manage data gathering and analysis techniques.
- k) Understand the importance of networks into which the organization is connected and know to position the firm among them.
- l) Establish control systems for the evolution of tourism activity.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

##### CONTINUOUS ASSESSMENT:

We'll try to boost student's continuous assessment through individual weekly work, 6 tests and reports that the lecturer will issue, which must be delivered back to the teacher through the Campus Virtual. Each activity will be evaluated with a percentage mark, and the student will pass through when the average of those delivered in relation with all issued meets 50%.

It will be possible to submit improved versions of the assignments to increase the marks up to the end of presential teaching time.

The assignments submitted by two or more students which could be presumed duplicated will not qualify.

Type of tests:

AEP 1.6. (90% of the mark) 6 assignments academically directed, and exercises to be resolved with additional information

AEP 1.7. (10% of the mark) Active attendance in classes, seminars and conferences

Evaluation criteria:

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

The quality of contents developed through assignments, exams and its matching with the requested results, suggested activities for the student during the course and the lodged attendance.

The evaluated features will be the presentation of the contents, their critical analysis and the drive to present a professional work.

### EXAM EVALUATION:

The subject may also be passed through by executing the exam on the date set up by the Master's Coordinator; students must achieve at least 5 out of 10 on the exam.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Anderson, Sweeney, et al. (2013) : Quantitative Methods for Business, International Edition, 12th Edition, Cengage Learning

Collier and Evans (2013): OM 4 (with Review Cards and Decision Sciences & Operations Management CourseMate with eBook Printed Access Card), 4th Edition, Cengage Learning

S. RODAY, A. BIWAL AND J. VANDANA (2009); Tourism Operations and Management; Oxford University Press

#### Complementaria

L. YU (1999); International Hospitality Business; Haworth Press, Inc.

P. GIBSON (2006); Cruise Operations Management; Elsevier Butterworth-Heinemann

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

#### ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Descripción	Horas
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACION</b>	<b>7,5</b>
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	GESTIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DESARROLLO LOCAL
<b>Código:</b>	111
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

<b>Departamento:</b>	GEOGRAFÍA
<b>Área:</b>	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

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

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>2.2</b>  | Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.                           |
| <b>2.3</b>  | Conocer los principios de la gestión sostenible.  |
| <b>2.6</b>  | Entender el destino turístico como sistema.   |
| <b>2.8</b>  | Aplicar instrumentos de planificación.  |
| <b>2.10</b> | Conocer las políticas que afectan al destino.   |
| <b>2.14</b> | Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio. |
| <b>2.15</b> | Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.   |
| <b>2.24</b> | Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.                           |

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 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.

### 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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación consistirá en la superación y desarrollo de una serie de tareas siendo necesaria la elaboración y superación de cada una de las mismas con más de un 5, para poder realizar la media aritmética que ofrezca la nota final.

- Elaboración de cuestionarios de evaluación individuales para los temas 1, 2 y 3 (30% de la nota final: prueba individual evaluable).

- Elaboración de tareas colectivas para los temas 1, 2 y 3 (70% de la nota final: prácticas desarrolladas durante el curso y trabajos académicamente dirigidos).

Las notas parciales obtenidas positivamente para el alumno se guardarán para la segunda convocatoria ordinaria, sin embargo, para convocatorias extraordinarias y nuevas convocatorias, habrá que superar la asignatura completa.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Deporte y naturaleza: el impacto de las actividades deportivas y de ocio en el medio natural; BLÁZQUEZ, A. Y SÁNCHEZ, J. (COORD.); Talasa; 2001

Evaluación del impacto ambiental; GÓMEZ OREA, D.; Agrícola España; 1999

Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental; CONESA FERNÁNDEZ-VITORIA; Mundi-Prensa; 1997

La cabida del campo para el recreo; BURTO, R.; Monografías del ICONA; 1975

La degradación y protección del paisaje; CÁNCER, L.A.; Cátedra; 1999

Potencialidades turísticas de las áreas interiores. Conflictos y cautelas; CALLIZO SONEIRO; Universidad Autónoma de Madrid; 1997

Propuesta de un modelo para identificar impactos ambientales del turismo en espacios naturales; ANDRÉS, M DEL CERRO, A. BENAYAS, J.; Cuadernos de Turismo; 2000

#### Complementaria

De la declaración a la gestión activa: los espacios naturales protegidos del estado español en el umbral del siglo XXI.; GOMEZ LIMÓN GARCÍA, J. et alii; Fundación González Bernáldez; 2000

Desarrollo local y medioambiente; GONZÁLEZ LIMÓN, J.M.; ESIC; 2000

El desarrollo rural y los espacios naturales protegidos; GÓMEZ MENDOZA; MAPA; 1995

El turismo en los Parques Naturales andaluces; CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA; Confederación de Empresarios de Andalucía; 1996

Gestión del uso público, Plan de Acción para los ENP del espato español; BLANCO PORTILLO, R. Y GOMEZ LIMÓN, J.; EUROPARC; 2000

Guía turística de los Parques Naturales Andaluces; GILPEREZ FRAILE, L.; Acción Divulgativa; 1992

Los parques naturales en España: conservación y disfrute; CORRALIZA, J.A., GARCIA, J.; Fundación Alfonso Martín Escudero; 2002

Manual de buenas prácticas del monitor de naturaleza: espacios naturales protegidos de Andalucía; BENAYAS DEL ÁLAMO; Cosnjería de Medio Ambiente; 2000

Ocio y turismo en los Parques Naturales andaluces; MARCHENA, M. et alii; Dirección General de Turismo; 1992

Políticas medioambiental y territorial; - SÁNCHEZ BLANCO, A.; Comares; 1999

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL	22,5		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	45		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	7,5		
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	75		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Código:</b>	112
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** CONTABILIDAD Y GESTIÓN  
**Área:** ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANGEL RAMON MORALES BAÑO	armorales@uma.es	952132031	D-3114 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 17:30 - 20:30, Jueves 17:30 - 20:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Miércoles 16:00 - 17:00, Viernes 10:00 - 12:00
ANTONIO BORREGO OLMEDO	2524543777@uma.es		-	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

La asignatura Gestión económico-financiera de empresas turísticas permite que los alumnos adquieran una formación integral en relación al proceso de obtención e interpretación de la información económico-financiera en empresas turísticas facilitando el futuro desarrollo profesional de los alumnos en funciones relacionadas con la gestión y dirección de dichas empresas.

Para cursar la asignatura Gestión económico-financiera de empresas turísticas, es recomendable el conocimiento previo de la normativa contable vigente.

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.4 Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.18 Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del alumno consistirá en una prueba teórica que supondrá el 100% de la nota final, dicha prueba se efectuará en la fecha programada por el Centro.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Examen Final. 100% : prueba teórica en la fecha programada por el centro.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Contabilidad para Dirección; Pereira Soler, F.; 2005

La Contabilidad de Gestión en las Empresas Hoteleras.; AECA

R.D. 1514/07 y 1515/07, de 16 de noviembre.; Plan General de Contabilidad y de PYMES 2008; 2008

Uniform System of Accounts for the Lodging Industry; USALI

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>22,5</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>7,5</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	GESTIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
<b>Código:</b>	113
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** HISTORIA DEL ARTE  
**Área:** HISTORIA DEL ARTE

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: EDUARDO ASENJO RUBIO	ear@uma.es	952132209	F-4 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.3 Conocer los principios de la gestión sostenible.
- 2.6 Entender el destino turístico como sistema.
- 2.7 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.10 Conocer las políticas que afectan al destino.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.16 Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.23 Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

**ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL**

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>22,5</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>7,5</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO
<b>Código:</b>	114
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00
RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

No hay una limitación respecto a la anterior formación que tenga el alumno, es recomendable que haya realizado los bloques obligatorios. Así mismo, la asignatura se complementa bien con la asignatura de planificación turística.

### CONTEXTO

Esta asignatura está orientada a conocer la gestión de los destinos. Se complementan los conocimientos de otros módulos del master, en especial los relacionados con territorio, marketing y gestión empresarial y de la calidad turística.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.2 Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- 2.3 Conocer los principios de la gestión sostenible.
- 2.6 Entender el destino turístico como sistema.
- 2.7 Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- 2.8 Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.9 Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- 2.10 Conocer las políticas que afectan al destino.
- 2.12 Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.14 Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- 2.15 Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.16 Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
- 2.21 Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.23 Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- 2.24 Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

adecuadas.

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

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

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El alumno debe ser capaz de crear y gestionar un destino, así como un producto turístico. Los conocimientos impartidos y las prácticas realizadas le debe permitir la gestión de un destino.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La asignatura es fundamentalmente práctica y de evaluación continua.

Los criterios de evaluación básicos son:

- Asistencia a clases presenciales y salidas de campo (10%),
- Lecturas y trabajos en clase (35%)
- Intervención en el destino objeto de estudio (55%).

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

¿Calidad y gestión integral de destinos turísticos?, en V Congreso Galego da Calidade, 145-154, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.2004; Almeida García, F  
Cómo gestionar las ciudades del siglo XXI: del city marketing al urban management; Edt. Prentine Hall, Madrid. 2007; Seisdedos, G.  
La ciudad histórica como destino turístico, Ariel Turismo, Barcelona. 2002.; De la Calle Vaquero  
Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de acogida turística y gestión de los flujos de visitantes. Valencia. Edt. Tirant lo Blanch. 2003;  
García Hernández, M

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO
<b>Código:</b>	115
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 16:30 - 18:30, Miércoles 18:30 - 20:30, Martes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 08:30 - 11:30
ANTONIO PELAEZ VERDET	apv@uma.es	952133268	12 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Viernes 10:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 12:00
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 18:30 - 20:30, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 13:30, Viernes 17:00 - 19:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ	bdalcazar@uma.es	951952065	Dirección - FAC. COMERCIO Y GESTION	Todo el curso: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

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

#### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.15** Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.16** Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
- 2.24** Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Principios básicos de la ciencia y la investigación.

Aspectos conceptuales, fundamentales y procedimentales de la investigación.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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..

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Otras actividades expositivas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Como resultado del aprendizaje se pretende que el alumnado identifique la importancia de los fundamentos de la investigación y aprenda a aplicar metodologías científicas adecuadas en las diferentes áreas de conocimiento del ámbito del turismo.

Se evaluará el conocimiento y comprensión de los conceptos teóricos y la correcta aplicación de los mismos en la realización de las tareas y ejercicios prácticos. Se valorará también el correcto manejo de las bases de datos científicas.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se evaluará el trabajo continuado del alumnado mediante su participación activa en clase con un 30% de la calificación. La realización de un caso práctico final se valorará con un 40% y la realización de una prueba final sobre el contenido del módulo un 30%.

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. No se tendrá en cuenta los componentes de la evaluación continua.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- Metodología de Investigación y Técnicas Para La Elaboración de Tesis; Azar, Gabriela, and Silar, Mario; 8493437417; Hispania Libros; 2006
- En busca de un Mundo Mejor.; Popper, Karl; Paidós Estado y Sociedad; 1996
- Filosofía de la ciencia.; Echeverría, J.; Ediciones Akal; 1995
- Fundamentos de metodología de la investigación; Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio; 9788448160593; McGraw-Hill; 2007
- La Ciencia, su Método y su Filosofía.; Bunge, M.; Editorial Panamericana; 2001
- Los horizontes de la Geografía. Teoría de la Geografía.; Ortega Valcárcel, J.; Ariel; 2000
- Metodología de la investigación aplicada al turismo: casos prácticos; Rocha Centeno, Rogelio; 1999
- Metodología de la investigación científica y tecnológica; Cegarra Sánchez, José; Ediciones Diaz de Santos; 2004
- Metodología para la investigación en Marketing y Dirección de Empresas.; Sarabia, F. J.; Piramide; 1999
- Metodología para la investigación; María Jesús Úriz...[et al.]; Eunate; 2006
- Progress in tourism Marketing; Kozak, M y Andreu, L.; Elsevier; 2006
- Técnicas de Análisis de Datos en Investigación de Mercados.; Luque Martínez, T; Pirámide; 2000
- Teoría y método de la geografía. Introducción al análisis geográfico regional.; Higuera Arnal, A.M; Edt. Presas, Universitarias de Zaragoza; 2003

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	40	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades expositivas	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			245



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

---

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	45		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	90		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	15		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	150		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Código:</b>	116
<b>Tipo:</b>	Prácticas externas
<b>Materia:</b>	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Práctica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	60
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Área:** ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSEFA GARCIA MESTANZA	jgm@uma.es	952131267	4303 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 11:30 - 14:30, Viernes 10:30 - 11:30, Lunes 08:30 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 12:30, Martes 12:30 - 14:30
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00
ANGEL RAMON MORALES BAÑO	armorales@uma.es	952132031	D-3114 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 17:30 - 20:30, Jueves 17:30 - 20:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Miércoles 16:00 - 17:00, Viernes 10:00 - 12:00
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 16:30 - 18:30, Miércoles 18:30 - 20:30, Martes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 08:30 - 11:30
EDUARDO ASENJO RUBIO	ear@uma.es	952132209	F-4 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 11:00 - 13:00, Jueves 09:00 - 11:00, Viernes 18:00 - 20:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00
MARGARITA BRAVO SANZ	mbravo@uma.es	952131093	6.12D- - FAC. DE PSICOLOGÍA	Todo el curso: Martes 10:30 - 14:30, Jueves 12:00 - 14:00
PILAR ALARCON URBISTONDO	pilar.alarcon@uma.es	952133267	10 - FAC. DE TURISMO	
RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
FRANCISCO TRUJILLO ARANDA	trujillo@uma.es	952131207	2107 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

No existen requisitos de obligado cumplimiento para matricularse en esta asignatura.

### CONTEXTO

Se pretende que el alumno aplique los conocimientos adquiridos en las otras asignaturas cursadas del Master de manera práctica en las empresas turísticas, facilitando también su incorporación al mercado laboral.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.25** 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.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del posgrado.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades prácticas en aula docente

Otras actividades prácticas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE/CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se pretende que el alumno aplique las competencias adquiridas en las distintas asignaturas cursadas en el master de manera práctica en la empresa, siendo evaluado tal y como se especifica en el procedimiento de evaluación.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN:

Las prácticas curriculares serán evaluadas por el tutor académico de la Universidad basándose en el seguimiento llevado a cabo, el informe del tutor de la entidad colaboradora y la memoria final del estudiante, cumplimentando el correspondiente informe de valoración. A tal fin tendrá en cuenta para la calificación global lo siguiente:

¿ Asistencia. La asistencia a las prácticas es obligatoria en el cómputo total de su duración. Todos los alumnos de prácticas externas curriculares de la modalidad 1 tendrán la obligación de presentarse a las convocatorias que se realicen oficialmente en la fecha, lugar y hora que se les señalen. Los alumnos de las modalidades 2, 3 y 4 que estarán exentos. Los alumnos que no asistan, una vez asignados, y salvo causa de fuerza mayor debidamente justificada, se calificarán como ¿SUSPENSO¿ en la asignatura.

¿ Modalidad 1: Prácticas en empresas e instituciones o proyectos de investigación ofertados por la Facultad de Turismo.

¿ Reconocimiento de:

¿ Modalidad 2: Trabajo en empresas o entidades relacionadas con el sector turístico.

¿ Modalidad 3: Prácticas acogidas a convenios de cooperación educativa formalizados por la Universidad de Málaga.

¿ Modalidad 4: Prácticas en el extranjero.

¿ Grado de aprovechamiento. En la modalidad 1 el grado de aprovechamiento de las prácticas se efectuará teniendo en cuenta el informe y la encuesta final del tutor de la entidad colaboradora, que supondrá el 75% de la calificación. En las modalidades 2, 3 y 4 el tutor académico valorará el trabajo desarrollado por el alumno con un 40% de la calificación.

¿ Memoria. En todas las modalidades de prácticas el alumno/a tendrá que elaborar una memoria de síntesis de las actividades realizadas durante el periodo de prácticas, conforme a un modelo normalizado establecido por la Universidad. No obstante, mientras para la modalidad 1 representará el 25% de la calificación global en las modalidades 2, 3 y 4 supondrán el 60% del total. La memoria deberá entregarse en la Secretaría del Centro en el plazo establecido. La no presentación de la memoria conllevará la calificación de SUSPENSO en la asignatura.

Para obtener la calificación de ¿MATRÍCULA DE HONOR¿ el alumno deberá tener la calificación de 10. En caso de que existan más alumnos con esta calificación cuyo número de matrículas se puedan conceder, la Comisión de Prácticas se reunirá para decidir quién la obtendrá atendiendo a la evaluación efectuada por los tutores de la empresa colaboradora y por los tutores académicos.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

no procede

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades prácticas	60	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>60</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>75</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO
<b>Código:</b>	117
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** GEOGRAFÍA  
**Área:** ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: FEDERICO BENJAMIN GALACHO	fbgalacho@uma.es	952132172	129-A-D - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Martes 09:00 - 10:30, Miércoles 09:00 - 10:30, Viernes 11:00 - 12:00, Viernes 09:00 - 10:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

Conocimientos informáticos a nivel básico.

### CONTEXTO

Esta asignatura se enmarca en el desarrollo tecnológico y metodológico de las denominadas Tecnologías de la Información Geográfica. Durante los últimos años la extensión de estas tecnologías a todos los órdenes en el que interviene el territorio ha sido excepcional. La aplicabilidad y la capacidad de desarrollo profesional de los Sistemas de Información Geográfica está fuera de toda duda, tal y como es fácilmente comprobable. Numerosas empresas privadas y organismos públicos utilizan estos instrumentos para su tarea habitual y como medio de comunicación de información y como sistemas de apoyo a la decisión espacial.

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.4** Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.6** Entender el destino turístico como sistema.
- 2.8** Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.10** Conocer las políticas que afectan al destino.
- 2.12** Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- 2.15** Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.16** Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones
- 2.22** Manejar las técnicas de comunicación y servucción
- 2.24** Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### SIG APLICADO AL TURISMO

- Captura de datos geográficos de carácter turístico y formato digital y su integración en un SIG desde distintas fuentes.
- Principales operaciones con bases de datos en un Sistemas de Información Geográfica.
- Utilidades de los SIG para el inventario y gestión de los recursos turísticos.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral Introducción a los conceptos

##### Actividades prácticas en instalaciones específicas

Prácticas en aula informática Ejercicios prácticos

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los resultados de aprendizaje/criterios de evaluación son una declaración de lo que se espera que los estudiantes conozcan, comprendan y sean capaces de hacer, en forma de acciones concretas, tras haber cursado la asignatura. Por ello se plantean una serie de aspectos en este sentido. En primer lugar, se espera que el alumnado adquiera una serie de capacidades relacionadas con sus aptitudes:

1. Capacidad de análisis y síntesis, de organización y planificación, y de comunicación oral y escrita.
2. Manejo de una lengua extranjera y conocimientos informáticos esenciales.
3. De aprendizaje autónomo y en equipo, de razonamiento científico y de proyectar y emprender tareas de investigación y gestión.
4. Actitud sistemática de cuidado y precisión en el trabajo, y de motivación por la calidad.

En segundo lugar, se espera que junto a los aspectos anteriores, el alumnado adquiera una serie de capacidades derivadas del proceso de enseñanza-aprendizaje:

5. Capacidad de aprehender las relaciones temporales y espaciales de los procesos socioterritoriales.
6. Capacidad para saber interrelacionar el medio físico y ambiental en la esfera social y humana.
7. Interrelacionar los fenómenos a diferentes escalas territoriales.
8. Comprender el funcionamiento del espacio geográfico local en el marco del sistema geográfico global.
9. Capacidad para reconocer el proceso histórico como conformador de las realidades actuales.

En tercer lugar, es importante que el alumnado adquiera un conocimientos y habilidades relacionados con los aspectos de la aplicación práctica y el desarrollo profesional:

10. Capacidad para identificar, valorar y comprender los elementos constitutivos del territorio.
11. Conocer los fundamentos del pensamiento geográfico.

En cuarto lugar, se espera la adquisición de habilidades que podríamos denominar instrumentales, como son:

12. Capacidad para el análisis.
13. Síntesis en la resolución de problemas, fomentando un razonamiento abstracto, lógico y ordenado.

En quinto lugar, y de cara al desarrollo profesional del geógrafo se trabajarán una serie de cualidades relacionadas con los siguientes aspectos:

14. Capacidad de trasladar conocimientos y técnicas a la valoración /resolución de problemas socio-territoriales .
15. Capacidad de aplicar los modelos y teorías a los análisis de situaciones concretas.
16. Capacidad para plantear y desarrollar un proyecto de investigación aplicada.
17. Capacidad de transmisión de los conocimientos geográficos.

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación medirá el proceso y resultado del aprendizaje de las competencias generales del módulo de Técnicas e instrumentos para tratamiento y análisis de la información territorial y de las competencias concretas de la asignatura ya expuestas en el apartado correspondiente, además de los aspectos expuestos en el apartado de Aprendizaje/Evaluación.

Así, la evaluación de esta asignatura consistirá en:

Evaluación de la formación continua (100 % de la calificación):

1. Valoración de las actividades prácticas realizadas en grupos de trabajo, donde se evaluará el dominio de los métodos.
2. Valoración de las actividades realizadas individualmente en las que se evaluará el dominio de los instrumentos y su adecuación a los métodos.

Sistema de calificación:

De acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, los resultados de aprendizaje se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0-4,9: Suspenso (SS)
- 5,0-6,9: Aprobado (AP)
- 7,0-8,9: Notable (NT)
- 9.0-10: Sobresaliente (SB)

La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0 y hayan realizado un

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

trabajo de iniciación a la investigación bajo la tutela del profesor de la asignatura o en el marco de colaboración con otras asignaturas.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Fundamentos de los Sistemas de Información Geográfica.; COMAS, DAVID Y RUIZ, ERNESTO; Edit. Ariel; 1995

Las nuevas tecnologías en la planificación y gestión turística. PUBLICADO en: Santos Solla, X.M. (ed.): La Geografía y la gestión del Turismo. . pp: 415-464; GALACHO JIMÉNEZ, FEDERICO BENJAMÍN; Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Santiago de Compostela; 2003

Los Sistemas de Información Geográfica.; GUITIERREZ PUEBLA, J. y GOULD, M.; Síntesis; 1994

Planificación Territorial del Turismo.; 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; Editorial UOC; 2005

Sistemas de Información Geográfica aplicados a la gestión del territorio.; PENA LLOPIS, JUAN; Editorial Club Universitario; 2005

Sistemas de Información Geográfica.; BOSQUE SENDRA, JOAQUÍN; Edit. Rialp; 1992

Sistemas de Información Geográfica.; SANTOS PRECIADO, JOSÉ MIGUEL; Ed. UNED; 2004

Sistemas de Información Geográfica y evaluación multicriterio en la ordenación del territorio.; GÓMEZ DELGADO, MONTSERRAT y BARREDO CANO, JOSÉ I.; RA-MA; 2005

Sistemas y Análisis de la Información Geográfica. Manual de aprendizaje con ARCGIS.; MORENO JIMÉNEZ, ANTONIO; RA-MA; 2005

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral Introducción a los conceptos	1,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prácticas en aula informática Ejercicios prácticos	21	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>22,5</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>7,5</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>75</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	TICS APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Código:</b>	118
<b>Tipo:</b>	Optativa
<b>Materia:</b>	INFORMÁTICA PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN  
**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcara@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:30 - 12:30 Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 18:30, Miércoles 17:00 - 19:00, Martes 18:00 - 18:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:30 - 11:30, Martes 12:30 - 13:30, Miércoles 11:30 - 13:30

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.4** Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 2.11** Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.15** Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.
- 2.19** Saber representar a la organización.
- 2.21** Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- 2.24** Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

- Lección magistral
- Otras actividades expositivas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE 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).

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Global alliances in tourism and hospitality management .; John Crotts, Dimitrios Buhalis, Roger March; The Haworth Hospitality; 2000
- Information and communication technologies in support of the tourism industry.; Wayne R. Pease, Michelle Rowe, Malcolm Cooper; Idea Group Publishing; 2007
- Tourism and transport: Issues and agenda for the new millennium. Elsevier.; Les M. Lumsdon and Stephen Page; Elsevier; 2003
- Using computers in hospitality and tourism 3rd ed.; Peter O'Connor; Continuum International Publishing Group; 2003
- Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico.; Garrigos Simon, Fernando Jose; Universidad Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones; 2006
- Las empresas turísticas en la sociedad de la información.; Rufin Moreno, Ramón; Ramón Areces.; 2002
- Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo.; Pablo Redondo, Rosana; Ramón Areces; 2004
- Transport and tourism; Stephen J. Page; Pearson; 2005

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	17,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades expositivas	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo
<b>Asignatura:</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER
<b>Código:</b>	119
<b>Tipo:</b>	Trabajo fin de estudios
<b>Materia:</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER
<b>Módulo:</b>	MÓDULO DE PROYECTO FIN DE MÁSTER
<b>Experimentalidad:</b>	Teórica
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	12
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	300
<b>Nº Horas presenciales:</b>	10
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	0
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	0
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:** LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN

**Área:** LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcara@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:30 - 12:30 Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 18:30, Miércoles 17:00 - 19:00, Martes 18:00 - 18:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:30 - 11:30, Martes 12:30 - 13:30, Miércoles 11:30 - 13:30
ANGEL RAMON MORALES BAÑO	armorales@uma.es	952132031	D-3114 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 17:30 - 20:30, Jueves 17:30 - 20:30 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 13:00, Miércoles 16:00 - 17:00, Viernes 10:00 - 12:00
ANTONIO FERNANDEZ MORALES	afdez@uma.es	952137189	2110 - FAC. DE ECONÓMICAS	Todo el curso: Lunes 11:30 - 13:30, Martes 09:30 - 13:30
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 16:30 - 18:30, Miércoles 18:30 - 20:30, Martes 08:30 - 10:30 Segundo cuatrimestre: Martes 08:30 - 11:30, Miércoles 08:30 - 11:30
ANTONIO PELAEZ VERDET	apv@uma.es	952133268	12 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Miércoles 10:00 - 12:00, Viernes 10:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Martes 09:00 - 10:00, Jueves 09:00 - 10:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 10:00 - 12:00
BENJAMIN DEL ALCAZAR MARTINEZ	bdalcazar@uma.es	951952065	Dirección - FAC. COMERCIO Y GESTION	Todo el curso: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00
EDUARDO ASENJO RUBIO	ear@uma.es	952132209	F-4 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 18:30 - 20:30, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:30 - 13:30, Viernes 17:00 - 19:00
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	fbgalacho@uma.es	952132172	129-A-D - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Martes 09:00 - 10:30, Miércoles 09:00 - 10:30, Viernes 11:00 - 12:00, Viernes 09:00 - 10:00
FERNANDO ISLA CASTILLO	isla@uma.es	952137189	2105 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 12:00, Lunes 10:00 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:30 - 13:30, Martes 09:30 - 11:30, Jueves 11:30 - 13:30
FERNANDO NELSON ALMEIDA GARCIA	falmeida@uma.es	952133252	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 13:00 - 15:00, Miércoles 11:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Miércoles 10:00 - 14:00
FRANCISCO JOSE RODRIGUEZ MARIN	fjrodriguez@uma.es	952132223	215 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 10:30 - 14:00

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
				segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 11:00
FRANCISCO TRUJILLO ARANDA	trujillo@uma.es	952131207	2107 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00
INMACULADA C. MARTIN ROJO	icmartin@uma.es	952133269	14 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:00 - 14:00, Martes 13:00 - 14:00, Miércoles 10:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:00, Martes 09:00 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00, Viernes 09:00 - 11:00
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 11:00 - 13:00, Jueves 09:00 - 11:00, Viernes 18:00 - 20:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 15:00
MARGARITA BRAVO SANZ	mbravo@uma.es	952131093	6.12D- - FAC. DE PSICOLOGÍA	Todo el curso: Martes 10:30 - 14:30, Jueves 12:00 - 14:00
MARIA DOLORES SARRION GAVILAN	dsarrion@uma.es	952131205	2105 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 12:00 - 15:00, Martes 12:00 - 15:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 12:00, Jueves 12:00 - 14:00, Martes 12:00 - 14:00
MARIA JESUS CARRASCO SANTOS	mjcarrasco@uma.es	952132692	4305A - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Martes 08:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 14:00 - 15:00, Jueves 08:00 - 09:00 Segundo cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 08:00 - 09:00, Viernes 08:00 - 10:00, Viernes 12:00 - 13:00
M <sup>a</sup> . CARMEN CARVAJAL GUTIERREZ	carvajal@uma.es	952133446	116 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 10:30, Lunes 13:30 - 15:00, Viernes 12:00 - 13:30, Miércoles 10:30 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 12:00 - 15:00, Miércoles 09:00 - 12:00
PILAR ALARCON URBISTONDO	pilar.alarcon@uma.es	952133267	10 - FAC. DE TURISMO	
RAFAEL BECERRA VICARIO	rbecerra@uma.es	952133249	25 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Martes 11:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
RAFAEL CORTES MACIAS	rcortes@uma.es	952133251	32 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 12:00, Martes 12:00 - 14:00, Miércoles 10:30 - 12:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Miércoles 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Miércoles 10:00 - 13:00, Jueves 10:00 - 13:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 10:00 - 12:00, Martes 10:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 14:00, Martes 10:00 - 11:00, Martes 13:00 - 14:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

### CONTEXTO

### COMPETENCIAS

#### 2 Competencias específicas

#### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

- 2.26** Conocer los métodos y técnicas para la formulación, realización, presentación y defensa de un proyecto fin de máster

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### 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.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

- 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

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Seminarios/ Talleres de estudio, revisión, debate, etc.

Exposición de trabajos Trabajos realizados por el alumno pra la finalización del título

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Exposición de trabajos Trabajos realizados por el alumno pra la finalización del título	10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 10**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 260**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 30**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 300**



POSGRADO EN TURISMO  
(CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y  
DOCTORADO)

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

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

<b>Centro Responsable:</b> Facultad de Turismo	<b>Coordinadores Académicos:</b> Dr. Carlos M. Rossi Jiménez Dr. Antonio Guevara Plaza
<b>Orientación:</b> Profesional	<b>Unidades participantes:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Universidad de Málaga</li></ul>
<b>Duración (ECTS):</b> 60 créditos	
<b>Modalidad:</b> Presencial <b>Lengua utilizada en el proceso formativo:</b> Castellano	
<b>Periodo lectivo:</b> Anual	
<b>Régimen de estudios:</b> 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.	
<b>Conocimientos y competencias:</b> <b>Básicas y generales:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• 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.</li><li>• Definir prioridades en la consecución de objetivos tácticos y estratégicos propios de empresas e instituciones turísticas</li><li>• Adquirir las capacidades necesarias para desempeñar un papel innovador, prospectivo y proactivo en el ámbito profesional del turismo</li><li>• Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas complejos propios del eTourism en niveles profesionales medios y altos</li><li>• Capacidad para planificar y liderar equipos multidisciplinares, combinando eficazmente la aportación de participantes con formación tecnológica y empresarial</li><li>• 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.</li><li>• Convertir un problema empírico del ámbito del turismo en un objeto de investigación y elaborar conclusiones</li></ul>	
<b>Transversales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos</li><li>• Argumentar y defender puntos de vista personales apoyándose en conocimientos técnicos y científicos.</li><li>• Adquirir capacidad de negociación</li><li>• Comprender e identificar los elementos inherentes a la calidad y su importancia en el turismo</li><li>• Adquirir conocimientos y habilidades propios de la cultura emprendedora</li><li>• Capacidad de gestionar información especializada</li></ul>	
<b>Específicas.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aprender a planificar la estrategia de sistemas de información en una empresa o destino turístico</li><li>• Conocer y aplicar metodologías de desarrollo de sistemas de información, como guía para la gestión de proyectos de eTourism</li><li>• Profundizar en el estudio y uso de conceptos de modelado y diseño de sistemas de información verticales para el sector turístico</li><li>• Conocer y aplicar técnicas de modelado de procesos de negocio como mecanismo de desarrollo y optimización de los sistemas de información turísticos</li></ul>	

- 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 ( <b>obligatoria</b> )	6
	Sistemas de Información Territorial	Sistemas de Información de gestión territorial ( <b>obligatoria</b> )	6
	Derecho aplicado al negocio electrónico	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales ( <b>obligatoria</b> )	6
	Comunicación turística	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos ( <b>obligatoria</b> )	6
	Estructura económica del turismo	Estructura económica del mercado de la distribución on-line ( <b>obligatoria</b> )	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 ( <b>optativa</b> )	3
	Construcción de sitios web turísticos	Diseño e Implementación de Sitios Web de Contenido Turístico ( <b>optativa</b> )	3
	Innovación y transferencia tecnológica en Turismo	Innovación y Transferencia Tecnológica en Turismo ( <b>optativa</b> )	3
Sistemas de Información Turística	Especialización en sistemas de información turística	Análisis de Datos para toma de decisiones en entornos Turísticos ( <b>optativa</b> )	3

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

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



**Más información / Contactos:**

Preinscripción y Acceso: [acceso\\_master@uma.es](mailto:acceso_master@uma.es)

Centro responsable: [secretario@turismo.uma.es](mailto:secretario@turismo.uma.es)

Coordinación Académica: [rossi@uma.es](mailto:rossi@uma.es) ; [popturismo@uma.es](mailto:popturismo@uma.es)

Web del Máster:

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



**PROGRAMA DE LAS ASIGNATURAS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Tipo:</b>	101
	Obligatoria
<b>Materia:</b>	ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN eTOURISM
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
CARLOS MANUEL ROSSI JIMENEZ	rossi@uma.es	952133308	3.2.30 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 20:00, Miércoles 11:30 - 13:30, Viernes 12:45 - 14:45 Segundo cuatrimestre: Jueves 08:15 - 10:15, Jueves 11:45 - 14:45, Lunes 18:00 - 19:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Introducción a los Sistemas de Información Turísticos:

- 1.1. Conceptos básicos
- 1.2. Arquitectura de Sistemas de Información
- 1.3. Técnicas de Evaluación y Adquisición de Sistemas de Información

##### Desarrollo de software

2. 1. Proceso de Software y Metodologías de Desarrollo
- 2.2. Ingeniería de Requisitos
- 2.3. Modelado de Software:
  - Casos de uso
  - Modelos de estructura
  - Modelos de comportamiento
  - Modelo físico de datos
- 2.4. Modelado de procesos de negocio en el ámbito turístico

##### Integración de Sistemas de Información

- 3.1. Fundamentos Tecnológicos y Requisitos de Integración en sistemas turísticos
- 3.2. Estándares para integración de Sistemas de Información Turísticos. OTA
- 3.3. Coreografía y orquestación de servicios turísticos
- 3.4. Sistemas integrados para empresas y destinos turísticos

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura constará de tres partes :

- Parte teórica (35%): Existirá un examen final del curso, además de los exámenes de las convocatorias extraordinarias. Cada uno de estos exámenes se evaluará sobre 10 puntos y se exige una puntuación mínima de 4 puntos.
- Participación en clase (5%): Se valorará la participación activa en las sesiones de clase tanto teóricas como prácticas.
- Parte práctica (65%): Consiste en la entrega obligatoria de las prácticas y el proyecto propuesto por el profesor de la asignatura. El desarrollo del proyecto conlleva diferentes entregas por parte de los alumnos, en fechas fijadas por el profesor de la asignatura. En todo caso la última entrega será anterior a la fecha fijada en la planificación docente de la Facultad de Turismo para el examen de la primera convocatoria ordinaria de la asignatura. Para el seguimiento de los proyectos se realizarán actividades de autoevaluación y coevaluación, mediante la realización de informes de actividad. No obstante, estas últimas actividades serán utilizadas por el profesor a título orientativo, sin un peso asignado en el cálculo de la calificación final.

Dado que en esta asignatura se prima la formación en la competencia de trabajo en grupo, se considera inviable la realización del proyecto fuera del periodo docente de la asignatura. Por este motivo, en la convocatoria de septiembre, la calificación de la parte práctica será la obtenida durante el semestre de docencia de la asignatura

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Álvarez, A., de las Heras, R., Lasa, C. Métodos ágiles y Scrum. Anaya multimedia, 2012
- BPMN Modeling and Reference Guide: Understanding and Using BPMN; S. A. White and D. Miers; Future Strategies Inc.; 2008. ISBN: 978-0977752720
- El Lenguaje Unificado de Modelado; Booch, G., Rumbaugh, J. y Jacobson, I.; Addison Wesley; 2006. ISBN: 978-84-7829-076-5
- Guevara, A., Rossi, C. "Las TICs aplicadas a la gestión de destinos turísticos". En Manual de Gestión de Destinos Turísticos, Flores, D. (coord.). Ed. Tirant lo Blanch, 2014
- Ingeniería del Software; Pressman, R.; McGraw Hill; 2010. ISBN: 6071503140

##### Complementaria

- Análisis y Diseño Estructurado y Orientado a Objetos de Sistemas Informáticos; Amescua, A. y otros; McGraw Hill; 2003. ISBN: 84-481-3924-0

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
-------------	-------	--------------	------------------

Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------	----	-------------------------------------	--------------------------



<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>
---	-----------

<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>
--	-----------

<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
---	-----------

<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>
--	------------

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE GESTIÓN TERRITORIAL
<b>Tipo:</b>	105 Obligatoria
<b>Materia:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TERRITORIAL
<b>Módulo:</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN eTOURISM
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 14:00, Martes 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 10:00 - 14:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Jueves 13:00 - 14:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 11:00 - 13:00
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	fbgalacho@uma.es	952132172	129-A-D - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 12:00, Martes 09:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 09:30 - 12:00, Miércoles 09:30 - 10:30, Miércoles 13:30 - 14:00, Martes 13:30 - 14:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Sistemas de Información de Gestión Territorial

1. DESTINO TURÍSTICO Y TICs.
2. LAS TICs EN EL MARCO DE LA PLANIFICACIÓN Y LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
3. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN GEOGRÁFICA
4. SMART TOURISM DESTINATION. DESTINOS 2.0.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Presentación de trabajos 30%
- Realización de las prácticas y actividades presenciales y online 10%
- Prueba individual 60%

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- ALMANSA, B. (2010): "Inteligencia territorial para una redefinición eficiente de las políticas públicas". Revista Trabajo, nº23, Universidad de Huelva.
- ANTÓN CLAVÉ, S Y GONZALEZ REVERTE, F (coord) (2008): A propósito del turismo. La construcción social del espacio. Barcelona, Edt. UOC.
- ANTON CLAVÉ, S. (2005): Planificación territorial del turismo, Barcelona, Universitat .Oberta de Catalunya.
- BOZZANO, H. (2013). Geografía e Inteligencia Territorial. Geo-grafein, Geo-explanans, Geo-transformare. Revista Geográfica Digital. IGUNNE., 10(19).
- BUHALIS, D., AMARANGGANA, A. (2013): "Smart tourism destinations", in Information and Communication Technologies in Tourism (2014), pp. 553-564
- CARO, JOSÉ LUIS; LUQUE, ANA; ZAYAS, BELÉN (2014): Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. En Actas del XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica. 25, 26 y 27 de Junio de 2014. Alicante. <http://congresotig.ua.es/index.php/tig/tig2014/paper/view/49/155>
- FARINÓS, J. (2008). Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles(46), 11-32.
- GARCÍA PALOMARES, JUAN CARLOS; MÍNGUEZ GARCÍA, CARMEN; GUTIERREZ PUEBLA, JAVIER (2014): Nuevas fuentes de información geográfica para el estudio del turismo: el ejemplo de sightsmap.com. En Actas del XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica. 25, 26 y 27 de Junio de 2014. Alicante. <http://congresotig.ua.es/index.php/tig/tig2014/paper/view/112/158>
- GIRARDOT, J-J (2002): L'intelligence territoriale. Mélanges Jean-Claude WIEBER. Annales Littéraires de Franche-Comté. Besançon.
- GIRARDOT, J-J (2010): "Inteligencia territorial y transición socio-ecológica". Revista Trabajo, nº23, Universidad de Huelva.
- GLIEMMO, F. (2012). Inteligencia Territorial y Turismo: un diálogo hacia la definición de Lugares : Necesidades y expectativas. Estudios de casos en Argentina y Uruguay. XI INTI International Conference La Plata. Inteligencia territorial y globalización: Tensiones, transición y transformación. Argentina: Universidad Nacional de La Plata-CONICET.
- LAMSFUS, C. & ALZUR-SORZABAL, A. (2013): "Theoretical framework for a tourism internet of things: Smart destinations". TourGUNE Journal of tourism and human mobility, issue0, pág. 15-21.
- LÓPEZ ÁVILA, A., GARCÍA SÁNCHEZ, S. (2013): "Destinos turísticos inteligentes". Harvard Deusto business review, 224, 56-67.
- LUQUE GIL, A.M., NAVARRO JURADO, E. (2012): Guía para el análisis de los recursos territoriales turísticos. SPICUM, UMA, Málaga.
- MARIO ALBERTO ENRÍQUEZ MARTÍNEZ, MARIBEL OSORIO GARCÍA, MARCELINO CASTILLO NÉCHAR Y ANTONIO ARELLANO HERNÁNDEZ (2012) Hacia una caracterización de la Política Turística, Revista Pasos, 10 (3) 417-428.
- MASSELOT, C. (2008). Territorial Intelligence Communicational and Community System (TICCS). Res-Ricerca e Sviluppo per le politiche sociali(1-2), 90-104.
- MORENO JIMÉNEZ, ANTONIO (2005): Sistemas y Análisis de la Información Geográfica. Manual de aprendizaje con ARCGIS. RA-MA, Madrid.
- NAPHADE, M., BANAVAR, G., HARRISON, C., PARASZCZAK, J., & MORRIS, R. (2011). "Smarter cities and their innovation challenges" Computer, 44(6), 32-39
- SANTOS PRECIADO, JOSÉ MIGUEL (2004): Sistemas de Información Geográfica, Ed. UNED, Madrid.
- SEGITTUR (2013): Destinos turísticos inteligentes. URL: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>.
- TORMO LLACER, JORDI; LINARES PELLICER, JORDI; MANUEL ZARAGOZÍ, BENITO (2014): Potencial actual de las tecnologías de Realidad Virtual en Turismo: propuesta, caso de estudio y demostración En Actas del XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica. 25, 26 y 27 de Junio de 2014. Alicante. <http://congresotig.ua.es/index.php/tig/tig2014/paper/view/49/155>
- VERA et al (2011): Análisis Territorial del Turismo y Planificación Territorial. Tirant Lo Blanc Valencia

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	ASPECTOS LEGALES DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO Y REDES SOCIALES
<b>Tipo:</b>	102
	Obligatoria
<b>Materia:</b>	DERECHO APLICADO AL NEGOCIO ELECTRÓNICO
<b>Módulo:</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN eTOURISM
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
			-	
ANTONIO FCO GALACHO ABOLAFIO	agalacho@uma.es	952137359	-	Todo el curso: Viernes 15:00 - 16:00, Viernes 18:00 - 19:00
PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 19:00, Lunes 09:30 - 14:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 15:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

**Las políticas turísticas de la Unión Europea y las políticas de impulso de la utilización de internet. Su influencia en el turismo**

**El desarrollo de actividades empresariales turísticas a través de la red**

- 2.1. - Empresas turísticas que operan en Internet
- 2.2.- Tipología de empresas turísticas on-line

2.3.- Los nuevos operadores del mercado turístico electrónico

**La actividad empresarial turística desde la perspectiva del Derecho de la competencia y el derecho industrial**

**El usuario de servicios turísticos: el turista como consumidor**

**Contratación turística por medios electrónicos**

- 5.1.- La celebración de contratos de alojamiento por medios electrónicos
- 5.2.- La celebración de contratos de viajes combinados por medios electrónicos
- 5.3.- La celebración de contratos de tiempo compartido por medios electrónicos
- 5.4.- La celebración del contrato de transporte por medios electrónicos

**Sistemas de pago on-line**

# GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

## Vicerrectorado de Ordenación Académica

Auditoria jurídica de páginas web

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Asistencia, participación en clase presencial (20%)
- Realización de prácticas y trabajos individuales (20%)
- Actividades on line (participación en foros, lecturas, etc.) (10%)
- Realización de prueba individual oral sobre una materia del programa (50%)

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- AA. VV., Derecho del Comercio electrónico, dir. Illescas Ortiz, R., coord. Ramos Herranz, I., La Ley, Madrid, 2001.
- AA.VV., Aspectos jurídico-mercantiles del turismo, coord. Auriolés Martín, A., Barcelona, 2003.
- AA.VV., Derecho de Internet. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, coords. Mateu de Ros, R. y López-Monís Gallego, M., Aranzadi, Navarra, 2003.
- AA.VV., Derecho del Turismo, dir. Peinado Gracia, J.I., coord. Benavides Velasco, P., Madrid, en prensa.
- AA.VV., Derecho Patrimonial y Tecnología, dir. Madrid Parra, A., coord. Guerrero Lebrón, Mª J., Madrid, 2007.
- AA.VV., Manual de Derecho del Transporte, dir. Martínez Sanz, F., coord. Puetz, A., Madrid, 2010.
- AA.VV., Nuevas fórmulas de comercialización *¿on line¿* de servicios turísticos, coord. Paniza Fullana, A. y Aparicio Vaquero, P., Granada, 2013.
- AA.VV., Régimen Jurídico de Internet, coords. Cremades, J., Fernández-Ordóñez, M.A. e Illescas, R., La Ley, Madrid, 2002.
- AA.VV., Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos, dir. Cavanillas Múgica, S., Granada, 2001.
- BENAVIDES VELASCO, P., "La Directiva de viajes combinados: perspectivas de futuro", en AA.VV. El impacto del Derecho de la Unión Europea en el Turismo, coord. Aguado i Cudolà, V. y Casanovas i Ibáñez, O., Barcelona, 2012.
- BENAVIDES VELASCO, P., "La política turística de la Unión Europea y el ordenamiento jurídico español" en AA.VV. Derecho del Turismo Iberoamericano, coord. Benítez, D., Argentina, 2010.
- BOTANA GARCÍA, G., "Los contratos electrónicos a la espera de una nueva reforma", Actualidad Civil, núm. 2, febrero, 2014.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, R., El contrato electrónico, Barcelona, 2013.
- FLORES RODRÍGUEZ, J., "Comentarios a la Ley 4/2012, de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico" Actualidad Civil, núm. 17-18, octubre, 2012.
- GÓMEZ LOZANO, Mª. M., "El contrato de transmisión del derecho de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles", en AA.VV., Contratos Mercantiles, dir. Bercovitz, A. y Calzada, Mª.A., Pamplona, 2013.
- GÓMEZ LOZANO, Mª.M. y MARTÍNEZ NADAL, A., "Contratos turísticos. El contrato de viaje combinado¿" en AA.VV., Contratos Mercantiles, dir. Bercovitz Rodríguez-Cano, A., coord. Calzada Conde, Mª.A., Pamplona, 2013.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., "Algunas reflexiones sobre la futura regulación del derecho de aprovechamiento por turno en España", Revista de Derecho Privado, núm. 26, 2011-1.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., "El contrato de alojamiento turístico", en AA.VV., Contratos Mercantiles, dir. Bercovitz Rodríguez-Cano, A., coord. Calzada Conde, Mª.A., Pamplona, 2013.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., "La liberalización de los servicios en el mercado interior y su incidencia en la actividad de las agencias de viajes", Aranzadi civil, núm. 4, 2010
- GONZÁLEZ CABRERA, I., "La protección del consumidor versus responsabilidad del empresario en el contrato de aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles de uso turístico", Diario La Ley, núm. 6113, 24 de octubre de 2004.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., "La regulación del contrato de viaje combinado. Una manera acertada de proteger al turista", Revista de Derecho Privado, edición especial, 2012.
- ILLESCAS ORTIZ, R., Derecho de la contratación electrónica, Madrid, 2009
- MÁRQUEZ LOBILLO, P., Empresarios y profesionales en la sociedad de la información, Cuadernos Mercantiles, núm. 33, Madrid, 2004.
- MÁRQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos", Revista de Derecho Mercantil, núm. 282, octubre-diciembre, 2011
- MESSÍA DE LA CERDA BALLESTEROS, J.A. y FLORES RODRÍGUEZ, J., "Comentarios a la Ley 4/2012, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico", Actualidad Civil, núms. 17-18, octubre, 2012.
- PANIZA FULLANA, A., "La protección del adquirente a distancia de servicios turísticos", Revista de Derecho Privado, marzo-abril, 2012.
- PASTOR SEMPERE, Mª. C., "Incidencia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC¿S) y de las políticas de la Unión Europea en materia de Mercado interior y de defensa de los consumidores en la contratación de viajes combinados", Revista de Derecho Mercantil, núm. 288, abril-junio, 2013.
- PEINADO GRACIA, J.I. y MÁRQUEZ LOBILLO, P., "Los contratos turísticos", en AA.VV., Derecho Mercantil, Contratación Mercant

# GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

## Vicerrectorado de Ordenación Académica

coords. Jiménez Sánchez, G.J. y Díaz Moreno, A., Madrid, 2013.

PÉREZ MARTELL, R. y GÓNZÁLEZ CABRERA, I., El alojamiento turístico: problemática y soluciones en la ejecución del contrato de hospedaje, Madrid, 2008.

PETIT LAVALL, M<sup>a</sup>.V. y BERCOVITZ ÁLVAREZ, G., "Contratación del transporte y la navegación. Contratos sobre navegación aérea", en AA.VV., Tratado de Contratos, dir. Bercovitz Rodríguez-Cano, Valencia, 2009.

TORRES CAZORLA, M<sup>a</sup>.I. y BENAVIDES VELASCO, P., "La incidencia de la normativa comunitaria en materia turística en el ordenamiento jurídico español", en AA.VV., Veinticinco años de impacto del Derecho comunitario en el Derecho español, dir. Molina del Pozo, C.F., Barcelona, 2010.

VEGA VEGA, A., "Las condiciones generales en la contratación electrónica", Revista de la Contratación Electrónica, núm. 101, febrero, 2009.

### Complementaria

AIGE MUT, B., "El documento electrónico en el ámbito de la contratación turística", Diario La Ley, núm. 8203, 2 de diciembre de 2013.

ARIAS POU, M., "Deber de información previa en la contratación electrónica en Internet (I y II)", Diario La Ley, 9 de abril de 2007 (LA LEY1501/2007).

AURIOLES MARTÍN, A., Introducción al Derecho Turístico. Derecho Privado del Turismo, Madrid, 2005.

AURIOLES MARTÍN, A., "La Directiva sobre viajes combinados y la adaptación de la normativa española de agencias de viaje", Revista de Derecho Mercantil, núm. 206, octubre-diciembre, 1992.

BELUCHE RINCÓN, I., El derecho de desistimiento del consumidor, Madrid, 2009.

BELUCHE RINCÓN, I., "La deficiente protección del consumidor de viajes combinados", Diario La Ley, núm. 7213, 8 de julio de 2009 (LA LEY 13101/2009).

BENAVIDES VELASCO, P., "La política turística de la Unión Europea y el ordenamiento jurídico español", en AA.VV. Derecho del Turismo Iberoamericano, coord. Benítez, D., Argentina, 2010.

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", Revista Aragonesa de Administración Pública, núm. 31, 2007.

BENAVIDES VELASCO, P., "Los sellos y marcas de calidad (trustmarks) en el mercado digital y el Distintivo Público de Confianza en Línea", en AA.VV., Marca y publicidad comercial. Un enfoque interdisciplinar, dir. Martínez Gutiérrez, A., Madrid, 2009.

BERMÚDEZ BALLESTEROS, M<sup>a</sup>. S., "El derecho de desistimiento en materia de viajes combinados", Revista CESCO de Derecho de Consumo, núm. 2, 2012.

BERMÚDEZ BALLESTEROS, M<sup>a</sup>. S., "Informe sobre el posible derecho de desistimiento ad nuntum o facultad de cancelación con derecho de reembolso que tienen los usuarios que contratan on line la compra de billetes de avión en compañías aéreas de bajo coste", disponible en [www.eclm.es/centro/cesco](http://www.eclm.es/centro/cesco).

BERROCAT LANZAROT, A.I., "Perfección del contrato en la Ley 34/2002, de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico: la unificación de criterios", Revista de la Contratación Electrónica, núm. 100, enero, 2009.

BOTANA GARCÍA, G.A., "De nuevo sobre la protección de los consumidores en los contratos sobre aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico", Diario La Ley, núm. 7129, 6 de marzo de 2009.

BOTANA GARCÍA, G.A., "La protección de los consumidores respecto a determinados aspectos del aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico, los productos vacacionales de larga duración, la reventa y el intercambio", El consultor inmobiliario, núm. 92, julio-agosto, 2008.

CAVANILLAS MÚGICA, A., "El Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias", Aranzadi Civil, núm. 1, abril 2008.

CRUZ RIVERO, D., "Contratación electrónica con consumidores", Revista de la Contratación Electrónica, núm. 109, 2009.

FELÍU ÁLVAREZ DE SOTOMAYOR, S., "El tratamiento legal del contrato de viaje combinado en el Derecho Internacional Privado", Cuadernos de Derecho Transnacional, octubre, 2012, vol. 4, núm. 2.

GARCÍA ÁLVAREZ, B., "Los derechos de los viajeros en la Unión Europea: a propósito de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo de 19 de diciembre de 2011", Cuadernos de Derecho Transnacional, vol. 4, núm. 2, octubre, 2012.

GÓMEZ LOZANO, M<sup>a</sup>. M., "Vuelos de bajo coste, agencias de viajes virtuales y derecho de la competencia", Revista de Derecho UNED, núm. 7, 2010.

GÓMEZ LOZANO, M<sup>a</sup>. M. y GONZÁLEZ CABRERA, I., "La garantía de la responsabilidad contractual de las agencias de viajes en concurso", Revista de Derecho Concursal y Paraconcursal, núm. 13, 2010.

GONZÁLEZ CABRERA, I., "La regulación del contrato de viaje combinado. Una manera acertada de proteger al turista", Revista de Derecho Privado, edición especial, 2012.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M<sup>a</sup>. B., "¿Nueva regulación de los viajes combinados?", Revista de Derecho Mercantil, núm. 269, julio-septiembre, 2008.

GONZÁLEZ NAVARRO, B.A., "Transporte aéreo y low cost: la cláusula de punto a punto", Revista Aranzadi Doctrinal, núm. 3, 2010.

HERNÁNDEZ ANTOLÍN, J.M., "El estado actual de la legislación sobre derecho de aprovechamiento por turno: Directiva comunitaria y la norma de incorporación al Derecho Interno español (Ley 4/2012)", Notarios y Registradores, julio, 2012, en <http://www.notariosyregistradores.com/doctrina/ARTICULOS/2012-aprovechamiento-por-turno.htm>

HERNÁNDEZ ANTOLÍN, J.M., "El Real Decreto Ley 2/2012, de 16 de marzo, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio", Notarios y Registradores, mayo, 2012, en <http://www.notariosyregistradores.com/doctrina/ARTICULOS/2012-aprovechamiento-por-turno.htm>

HERNÁNDEZ ANTOLÍN, J.M., "Primer juicio crítico al Anteproyecto de Ley sobre contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico", Notarios y Registradores, junio, 2011, en <http://www.notariosyregistradores.com/doctrina/PROYECTOS/2011-APROVECHAMIENTO-POR-TURNO.htm>

LÓPEZ JIMÉNEZ, D. y DITTMAR, E., "El pago con tarjeta bancaria en internet", Revista de la Contratación Electrónica, núm. 117, 2012.

MÁRQUEZ LOBILLO, P., "Medidas de protección del usuario en sus relaciones con las agencias de viaje que operan en Internet", en Aspectos jurídico-mercantiles del Turismo, coord. Auriolés Martín, A., Atelier, Barcelona, 2003, págs. 199-208

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

MÁRQUEZ LOBILLO, P., "Algunas consideraciones acerca de la inclusión por parte de las compañías aéreas de una partida específica en la tarifa por la impresión del billete (comentario a la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala Primera, de 12 de diciembre de 2011 -RJ 2012/37-)", Revista de Derecho del Transporte. Terrestre, aéreo, marítimo y multimodal, núm. 9, primer semestre, 2012.

MÁRQUEZ LOBILLO, P., "Contratación del transporte aéreo low cost en internet, protección de pasajeros y condicionado del contrato en el ordenamiento jurídico español", en AA.VV., Profili giuridici del Trasporto Aereo Low Cost, a cura di Deiana, M., Edizioni AV, Cagliari, 2013.

MÁRQUEZ LOBILLO, P., "Prestadores de servicios de intermediación: algunas especialidades de su estatuto jurídico", Revista de la Contratación Electrónica, núm. 88, diciembre de 2007, págs. 3 a 32

MARTÍN OSANTES, J.M., "Informe, contenido y modificación de los contratos de servicios turísticos", Diario la Ley, núm. 7315, 7 de enero de 2010 (LA LEY 17996/2009).

MARTÍNEZ ESPÍN, P., "Contrato de viaje combinado (artículo 150 a 165 TRLGDCU)", disponible en [www.uclm.es/centro/cesco/pdf/comentarios/3.pdf](http://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/comentarios/3.pdf).

MELGOSA ARCOS, F.J., "Directiva de Servicios y Turismo: aproximación a la incidencia de la Directiva de Servicios en el marco jurídico del turismo español", Noticias de la Unión Europea, núm. 317, año XXVII, junio, 2011.

MIRANDA SERRANO, L. M<sup>a</sup>., "La Directiva 2011/82/UE sobre los derechos de los consumidores: una nueva regulación europea de los contratos celebrados a distancia y extramuros de los establecimientos mercantiles", Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución, núm. 11, 2012 (LA LEY 16497/2012).

NÚÑEZ LOZANO, M<sup>a</sup>. C., "Aproximación al régimen jurídico de las declaraciones responsables y comunicaciones", Noticias de la Unión Europea, núm. 317, año XXVII, junio, 2011.

ORTUÑO BAEZA, M<sup>a</sup>. T., "La regulación de los viajes combinados por el TRLGDCU: novedades más significativas en la protección del consumidor turístico", Práctica de Tribunales, núm. 63, septiembre, 2009 (LA LEY 1358/2009).

PICATOSTE BOBILLO, J., "El derecho de información en la contratación con consumidores", Actualidad Civil, núm. 4, febrero, 2011.

QUINTANA CARLO, I., "La protección del consumidor como turista", Estudios sobre Consumo, núm. 2, septiembre, 1984.

RIVERO YSERN, E., "Autorizaciones, declaraciones responsables y comunicaciones previas. Reflexiones sobre la actividad de intervención en la Directiva 2006/123/CE", Noticias de la Unión Europea, núm. 317, año XXVII, junio, 2011.

VÁZQUEZ RUANO, T., La protección de los destinatarios de las comunicaciones comerciales electrónicas, Madrid, 2008.

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>30</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	LA MARCA Y LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN SISTIOS WEB TURÍSTICOS
<b>Tipo:</b>	104
	Obligatoria
<b>Materia:</b>	COMUNICACIÓN TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN eTOURISM
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
CARLOS A. DE LAS HERAS PEDROSA	cheras@uma.es	952133289	52, 2ª pla - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Todo el curso: Lunes 08:30 - 14:30
ISABEL MARIA RUIZ MORA	isabelruiz@uma.es	952136609	61 Despacho 61 - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Jueves 12:00 - 13:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

La gestión de la comunicación en las organizaciones.

La marca. Comunicación intangible.

Internet como medio de comunicación.

La marca en entornos digitales.

La gestión de la comunicación digital.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
-------------	-------	--------------	------------------

Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-------------------	----	-------------------------------------	--------------------------

<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
---	-----------	--	--

<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>90</b>		
--	-----------	--	--

<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
---	-----------	--	--

<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		
--	------------	--	--

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN ON-LINE
<b>Tipo:</b>	103 Obligatoria
<b>Materia:</b>	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL TURISMO
<b>Módulo:</b>	FORMACIÓN BÁSICA EN eTOURISM
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	1
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	45
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
			-	
			-	
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 08:30 - 11:00, Martes 08:30 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 11:00, Viernes 09:00 - 11:00, Jueves 09:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 15:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Estructura económica del mercado de la distribución on-line Nombre Bloque Temático

- Tema 1. Estructura de los mercados turísticos online: ventajas y limitaciones de estos mercados frente a la intermediación tradicional.
- Tema 2. Internet como canal de distribución de servicios turísticos: Comportamiento de consumidores y operadores turísticos.
- Tema 3. Las redes sociales y su papel en la distribución online.
- Tema 4. Distribución directa online: la web propia como canal de distribución.
- Tema 5. Tipología y modelo de negocio de los intermediarios online.
- Tema 6. Estructura y composición de las principales OTAs del mercado turístico.
- Tema 7. Los metabuscadores y comparadores de precios.
- Tema 8. Las webs de opinión

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- El sistema de evaluación estará basado en la elaboración y presentación de trabajos en clase (hasta un máximo del 30% de la calificación total), realización de prácticas y pruebas presenciales y online (hasta un máximo del 30% de la calificación total) y una prueba individual de carácter escrito u oral (hasta un máximo del 70% de la calificación total).

- Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

- Se tendrá prevista una prueba individual para la convocatoria extraordinaria en caso de no superarse la asignatura en la convocatoria ordinaria. No se tendrá en cuenta los componentes de la evaluación continua y tendrá un valor del 100% de la nota en esa convocatoria extraordinaria.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	45	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>45</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>30</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	GESTIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN ON-LINE
<b>Tipo:</b>	110
	Optativa
<b>Materia:</b>	SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN INTERNET
<b>Módulo:</b>	INNOVACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN WEB
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Martes 08:30 - 12:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 08:30 - 12:30, Martes 17:00 - 19:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Nombre Bloque Temático

1. Modelos de negocio on-line (B2B, B2C, B2A)
2. Comercialización on-line de servicios y productos turísticos (GDS, IDS, CRS)
3. Plataformas de pago seguro
4. Herramientas informáticas de gestión de canales de distribución (channel manager).
5. Herramientas de captación y fidelización de clientes (eCRM)
6. Sistemas integrados de gestión de destinos

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer los principales modelos de negocio electrónico
- Aprender los tipos y requisitos de los mecanismos de pago electrónico seguro
- Conocer los diferentes canales de distribución on-line
- Saber manejar herramientas de channel management

#### PROCEDIMIENTO DE 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

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

constituirá un cuestionario final (60%).

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. No se tendrá en cuenta los componentes de la evaluación continua.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

Comercio Electrónico (ED. 2011 ) Oscar Rodrigo González López, Anaya Multimedia, 2010

Los Canales de Distribución en el sector turístico, Benjamin del Alcazar Martínez, ESIC editorial, 2002

Yield Revenue Management en el Sector Hotelero. Estrategias e Implantación; Talón, P., González, L. y M. Segovia; Delta Publicaciones Universitarias; 2012; Madrid

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE SITIOS WEB DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS
<b>Tipo:</b>	107 Optativa
<b>Materia:</b>	SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN EN INTERNET
<b>Módulo:</b>	INNOVACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN WEB
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 11:00 - 13:00, Martes 09:00 - 13:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Analítica Web

- 1.1. Conceptos básicos de analítica web
- 1.2. Principales parámetros de análisis
- 1.3. Herramientas de medición
- 1.4. Auditoría externa

##### Técnicas y herramientas de promoción

- 2.1. Posicionamiento en buscadores
- 2.2. Técnicas de mejora del posicionamiento. SEO. SEM
- 2.3. Herramientas para la gestión del posicionamiento
- 2.4. Las redes sociales como medio de promoción

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Asistencia y participación en actividades de clase, conferencias, etc. (30%)

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

- Prueba final escrita (test) (20%)
- Trabajos individuales (50%)

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- Enriquez, E. (2010). Guía básica del Traffic Manager. Disponible en <http://elenaenriquez.com/PDF/Guia-Traffic-Manager.pdf>
- Interactive Advertising Bureau (IAB). (2010). SEO: Optimización de webs para buscadores. Buenas prácticas y resultados. Disponible en <http://goo.gl/gUU6AL>
- Kaushik, A. (2011) Analítica Web 2.0. EL arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Gestión 2000
- López, M. Libro SEO (2011) Posicionamiento en Buscadores (edición 3.1). Bubok Publishing
- Maciá, F. y Gosende, J. (2012) Posicionamiento en buscadores. Edición 2012. Anaya
- Muñoz, G., y Elósegui, T. (2011). El Arte de Medir. Manual de analítica web. Profit.
- Orense, M., y Rojas, O. (2010). SEO: Cómo triunfar en buscadores (2ª ed.). ESIC

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>22,5</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>7,5</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>75</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE SITIOS WEB DE CONTENIDO TURÍSTICO
<b>Tipo:</b>	109 Optativa
<b>Materia:</b>	CONSTRUCCIÓN DE SITIOS WEB TURÍSTICOS
<b>Módulo:</b>	INNOVACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN WEB
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcara@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:00 - 11:30, Miércoles 13:30 - 15:00

### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Diseño e Implementación de Sitios Web de Contenido Turístico

1. Sitios web de contenido turístico: tipología y contenidos
2. Sistemas web para organización de contenidos en el turismo
3. Sistemas gestores de contenido (CMS) actuales. Tipología y servicios
4. Diseño de un sitio web: planificación, metodologías y documentación
5. Implementación de un sitio web con contenido turístico en CMS

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE 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) A partir de la media de las diferentes tareas propuestas en clase (30% calificación), siendo obligatorio entregar el 85% de las mismas para poder ser evaluado.
- b) Entrega de una web de contenido turístico correctamente documentada (30% calificación).

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

c) Una prueba individual con contenido teórico / práctico con una calificación (40% 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 (30% calificación) y otra práctica en ordenador (70% calificación).

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

- BRAD, W.; DAMSTRA, D. (2013). WORDPRESS. DISEÑO Y DESARROLLO. ANAYA MULTIMEDIA.
- CHARDONNEAU, R. (2014) GOOGLE ANALYTICS - ANALICE EL TRAFICO DE SU SITIO WEB PARA MEJORA R LOS RESULTADOS (INCLUYE UNIVERSAL ANALYTICS). ENI
- GARCIA NIETO, J. P. (2013). CONSTRUYE TU WEB COMERCIAL. DE LA IDEA AL NEGOCIO. RA-MA.
- MACDONALD, M. (2014). WORDPRESS: THE MISSING MANUAL. O'REILLY MEDIA
- MORENO, M. (2014) EL GRAN LIBRO DEL COMMUNITY MANAGER: TECNICAS Y HERRAMIENTAS PARA SACARLE PARTIDO A LAS REDES SOCIALES Y TRIUNFAR EN SOCIAL MEDIA. EDICIONES GESTION
- MUÑOZ VERA, G.; ELOSEGUI, T. (2012). ANALITICA WEB EN UNA SEMANA., EDICIONES GESTION
- NIEDERST ROBBINS, J. (2012): LEARNING WEB DESIGN: A BEGINNER'S GUIDE TO HTML, CSS, JAVASCRIPT, AND WEB GRAPHICS. O'REILLY MEDIA
- RODRIGUEZ FERNANDEZ, O. (2014). CURSO DE COMMUNITY MANAGER, ANAYA MULTIMEDIA
- SHREVES, J. (2013), JOOMLA! BIBLE WILEY
- TIGGELER, E.. JOOMLA! 3 ANAYA MULTIMEDIA
- VELA GARCIA, D. (2012) SOCIAL MEDIA MANAGER. ANAYA MULTIMEDIA.
- WALLACE, H. R. (2011),. WORDPRESS 3: DESARROLLO DE PROYECTOS WEB. ANAYA MULTIMEDIA.

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>22,5</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>7,5</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>75</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN TURISMO
<b>Tipo:</b>	111 Optativa
<b>Materia:</b>	INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN TURISMO
<b>Módulo:</b>	INNOVACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN WEB
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Martes 08:30 - 12:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 08:30 - 12:30, Martes 17:00 - 19:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Nombre Bloque Temático

1. El proceso de creación de una empresa turística de base tecnológica
  - 1.1. Oportunidades de negocio
  - 1.2. Herramientas para el diseño de modelos de negocio
2. El emprendedor y la nueva empresa
  - 2.1. El perfil del emprendedor
  - 2.2. Tipología de emprendedores
3. El plan de negocio (estructura, contenidos y análisis estratégico)
4. Formas jurídicas de la empresa (trámite de constitución, órganos de gobierno)
5. El modelo económico (fuentes de financiación, selección de inversiones)

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer el proceso de creación de nuevas empresas de base tecnológica

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

- Aprender a distinguir oportunidades de negocio
- Manejar técnicas para análisis de viabilidad de empresas
- Conocer el proceso de transferencia de conocimiento a la empresa

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Asistencia a clase, conferencias y seminarios programados. Se programarán conferencias y un seminario relacionado con el fomento de la cultura emprendedora. Esta asistencia tiene un valor del 20% de la calificación final del alumno.
- Trabajos prácticos en equipo. Se propondrán trabajos prácticos relacionados con el diseño de nuevos modelos de negocio y redacción del plan de negocio. Estos trabajos tendrán un valor del 60% sobre la nota final.
- Prueba final consistente en un cuestionario tipo test (20%).

Se tendrá prevista una prueba individual para la convocatoria extraordinaria en caso de no superarse la asignatura en la convocatoria ordinaria. No se tendrá en cuenta los componentes de la evaluación continua.

Para los alumnos a tiempo parcial, se atenderá el derecho al reconocimiento de un régimen de asistencia a clase de carácter flexible, que no afecte negativamente al proceso de evaluación del estudiante.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

- Básica**
- Generación de Nuevos Modelos de Negocio; Osterwalder, A. y Pigneur; Editorial Deusto; 2011
  - Manual de Casos sobre Creación de Empresas en España; Gómez, J.M.; Fuentes, M.M.; Batista, R.M. y Hernández, R.; Editorial McGraw-Hill; 2011
  - Organización, Gestión y Creación de Empresas turísticas; Rivas, J.; Septem Ediciones; 2011
  - Proveedores de Conocimiento, Javier Gonzalez Sabater, NETBIBLO, 2010

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

##### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>		<b>22,5</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>		<b>45</b>	
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>		<b>7,5</b>	
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>		<b>75</b>	

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	ANÁLISIS DE DATOS PARA TOMA DE DECISIONES EN ENTORNOS TURÍSTICOS
<b>Tipo:</b>	106 Optativa
<b>Materia:</b>	ESPECIALIZACIÓN EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
			-	
MANUEL NICOLAS ENCISO GARCIA- OLIVEROS	enciso@uma.es	952133309	-	Todo el curso: Lunes 09:15 - 10:45, Lunes 12:30 - 14:00, Miércoles 11:00 - 14:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA

#### Motivación e importancia del análisis de datos ASIGNATURA

1.1.- De la información al descubrimiento del conocimiento.

1.2.- Abanico de soluciones y sus diferentes entornos de aplicación: técnicas estadísticas, bases de datos, repositorios multidimensionales, minería de datos, Big Data, Bussiness Intelligence, etc.

#### Técnicas y herramientas en el análisis de datos en entornos turísticos

2.1.- Técnicas basadas en datos numéricos y análisis clásicos sobre representaciones en tabla: una aproximación desde la estadística.

2.1.1.- Diseño del almacén de datos.

2.1.2.- Análisis de datos.

2.1.3.- Informes y gráficas.

2.2.- Repositorios en múltiples tablas: el modelo relacional.

2.2.1.- Estructuración de la información.

2.2.2.- Informes de agrupación de datos con SQL.

2.3.- Extracción con inteligencia

2.3.1.- Introducción a la inteligencia en la computación

2.3.2.- Minería de datos.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Seleccionamos dos procedimientos de evaluación diferentes en la convocatoria ordinaria y la extraordinaria.

Durante la convocatoria ordinaria, se combinan tres tipos de evaluación: recogida de prácticas en las clases de laboratorio, realización de una prueba tipo test al final de curso y la realización de un trabajo siguiendo el método del caso. Estas tres componentes tendrán aproximadamente un peso similar en la evaluación global.

Durante la evaluación ordinaria el alumno deberá hacer entrega de una memoria del trabajo siguiendo el método del caso y además se someterá a un examen con cuestiones teóricas y prácticas de toda la asignatura. Parte de ella podrá desarrollarse en los laboratorios según disponibilidad de los mismos. La evaluación durante el curso no se acumula ni se guarda para esta segunda evaluación.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

Head first data analysis. M. Milton. Sebastopol, California: O'Reilly, 2009

Head first SQL. L. Beighley. Sebastopol, California : O'Reilly, 2007.

Introduction to data analysis: rules of evidence. J. H. levine y T. B. Roos. Accesible en universidad de Dartmouth: [www.dartmouth.edu](http://www.dartmouth.edu).

Mining of massive datasets. J. Leskovec, A. Rajaraman y J. Ullman. Accesible en la universidad de Stanford. [infolab.stanford.edu](http://infolab.stanford.edu)

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	SEGURIDAD EN ENTORNOS TECNOLÓGICOS
<b>Tipo:</b>	113 Optativa
<b>Materia:</b>	ESPECIALIZACIÓN EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
FRANCISCO JAVIER LOPEZ MUÑOZ	fjlopezm@uma.es	952131327	-	Todo el curso: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:45 - 14:45, Martes 09:00 - 12:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Seguridad y mecanismos básicos de seguridad

##### Tecnología de Firma Digital y Aplicaciones

- 2.1 Normativa
- 2.2 Certificación Digital y Autoridades de Certificación
- 2.3 Ejemplos de Uso de Certificados Digitales
  - DNle y Administración electrónica
  - Firma de documentos y aplicaciones

##### Herramientas de Seguridad para Internet

- 3.1 Correo electrónico
- 3.2 Comunicaciones Web
- 3.3 Redes Privadas Virtuales

##### Seguridad en Aplicaciones

- 4.1 Cifrado en disco
- 4.2 Pagos Electrónicos
- 4.3 Contratos Electrónicos

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

- Actividades expositivas**
  - Lección magistral

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Se realizará un examen final que supondrá un 60% de la calificación global. Las prácticas y trabajos realizados por los alumnos, de forma individual o en grupo, contabilizarán un 30% adicional. El 10% restante corresponderá a la participación del alumno en la asignatura y en las actividades adicionales.

### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

- A. Martínez-Nadal, "Comercio electrónico, firma digital y autoridades de certificación", Civitas, 1998.
- A. Mitrakas, "Secure E-government Web Services", 2007.
- R. Oppliger, ¿Secure Messaging on the Internet?, Artech-House, 2014.
- W. Stallings, "Network Security Essentials", Prentice-Hall, 2007.

### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	APLICACIONES MÓVILES PARA EL SECTOR TURÍSTICO
<b>Tipo:</b>	108 Optativa
<b>Materia:</b>	ESPECIALIZACIÓN EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
MARIA MERCEDES AMOR PINILLA	map@uma.es	952132796	3.2.7 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Todo el curso: Viernes 11:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 12:30, Martes 10:00 - 12:30, Jueves 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Martes 09:45 - 12:00, Miércoles 10:45 - 11:30, Jueves 10:00 - 13:00
PEDRO MERINO GOMEZ	pmerino@uma.es	952132752	-	Todo el curso: Lunes 18:00 - 20:00, Martes 09:00 - 11:00, Lunes 09:00 - 11:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Introducción

- Visión general de las aplicaciones móviles

##### Tecnologías de comunicaciones

- Dispositivos móviles
- Redes de comunicaciones móviles.
- Redes de área personal (RAP).
- APIs de acceso a RAP.
- Calidad de servicio y calidad de experiencia.
- Software de comunicaciones en dispositivos móviles.

##### Sistemas operativos y Modelos de programación

- Sistemas operativos para dispositivos móviles.
- Modelos de programación para aplicaciones móviles.
- Aplicaciones web vs. Apps específicas

##### Casos de estudio

- Entorno APP inventor.
- Prácticas con APP inventor.
- Acceso a API de un operador móvil mediante bróker.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

- Estudio de aplicación para transporte y puntos de interés.

#### Aspectos relativos a la distribución de las aplicaciones

- Testing y certificación
- Distribución, instalación y pago

#### Trabajos en grupos

- Temas introductorios y avanzados relacionados con al asignatura para su exposición en clase

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación se realizará con los siguiente criterios

- Trabajos en grupo (30%)
- Examen escrito (50%)
- Asistencia a clases, seminarios y conferencias (20%)

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

##### Básica

Aprende a diseñar apps para móviles (eBook), Autores: Javier Cuello y José Vittone, 2014 (online : <http://www.appdesignbook.com/es/contenidos/>)  
 Building the Mobile Internet, Grayson, Mark; Shatzkamer, Kevin; Wierenga, Klaas, Cisco Press, 2011. (ISBN 978-1587142437)  
 Internet Móvil para Emprendedores, Autor: Javier Escribano, Ed. Anaya, 2013 (ISBN 978-8441532830)

##### Complementaria

La Comunicación Móvil (eBook) Juan Miguel Aguado Terrón , GEDISA  
 Mobile Usability, Jakob Nielsen y Raluca Budiu, Ed. New Riders, 2012 (ISBN 978-0321884480)  
 Mobile User Experience: Patterns to Make Sense of it All, Adrian Mendoza, Ed-Morgam-Kaufman, 2013 (ISBN 978-0124095144)

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	SISTEMAS INMÓTICOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS
<b>Tipo:</b>	114
	Optativa
<b>Materia:</b>	ESPECIALIZACIÓN EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Módulo:</b>	SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	3
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	75
<b>Nº Horas presenciales:</b>	22,5
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
JORGE LUIS MARTINEZ RODRIGUEZ	jlmartinez@uma.es	951952322	3.099.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Lunes 09:30 - 13:30, Viernes 10:00 - 12:00
VICTOR FERNANDO MUÑOZ MARTINEZ	vfmm@uma.es	951952558	2.135.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Martes 09:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 12:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Bloque I

- Introducción y objetivos de la inmótica.
- Sistemas de gestión automatizada de instalaciones en edificios de uso terciario o industrial.
- El concepto de edificio Inteligente.
- Estructuras de los sistemas inmóticos: buses, protocolos.
- Elementos de un sistema inmótico.
- Sistemas de control.

##### Bloque II

- Infraestructuras, aplicaciones y casos de estudio.
- Sistemas de transporte interno (ascensores, escaleras mecánicas,...).
- Balance energético.
- Climatización e iluminación.
- Sistemas multimedia.
- Riego.
- Sensorización de parámetros físicos.
- Seguridad y Alertas.
- Control de Incendios.
- Control de accesos.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

### Actividades Presenciales

#### Actividades expositivas

Lección magistral

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

- Examen final tipo test: 60% de la nota.
- Asistencia y participación activa: 10% de la nota.
- Elaboración y presentación de trabajos: 30% de la nota.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### Básica

Domótica e inmótica. Viviendas y edificios inteligentes, 3ª edición (2010) C. Romero Morales, F. J. Vazquez Serrano y C. De Castro Lozano. Editorial RA-MA.

Intelligent buildings and building automation (2010), S. Wang. Spon Press.

Smart Buildings Systems for Architects, Owners and Builders (2010), J. M. Sinopoli. Elsevier.

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Lección magistral	22,5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45**

**TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5**

**TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75**

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER
<b>Tipo:</b>	115
	Trabajo fin de estudios
<b>Materia:</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER
<b>Módulo:</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	12
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	300
<b>Nº Horas presenciales:</b>	10
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
			-	
ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 11:00 - 13:00, Martes 09:00 - 13:00
ANTONIO FCO GALACHO ABOLAFIO	agalacho@uma.es	952137359	-	Todo el curso: Viernes 15:00 - 16:00, Viernes 18:00 - 19:00
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Martes 08:30 - 12:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 08:30 - 12:30, Martes 17:00 - 19:00
CARLOS A. DE LAS HERAS PEDROSA	cheras@uma.es	952133289	52, 2ª pla - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Todo el curso: Lunes 08:30 - 14:30
CARLOS MANUEL ROSSI JIMENEZ	rossi@uma.es	952133308	3.2.30 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 20:00, Miércoles 11:30 - 13:30, Viernes 12:45 - 14:45 Segundo cuatrimestre: Jueves 08:15 - 10:15, Jueves 11:45 - 14:45, Lunes 18:00 - 19:00
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 14:00, Martes 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 10:00 - 14:00
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	fbgalacho@uma.es	952132172	129-A-D - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 12:00, Martes 09:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 09:30 - 12:00, Miércoles 09:30 - 10:30, Miércoles 13:30 - 14:00, Martes 13:30 - 14:00
FRANCISCO JAVIER LOPEZ MUÑOZ	fjlopezm@uma.es	952131327	-	Todo el curso: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:45 - 14:45, Martes 09:00 - 12:00
ISAAC AGUDO RUIZ	isaac@uma.es	952136315	-	Primer cuatrimestre: Martes 10:30 - 12:30, Miércoles 11:00 - 14:00, Lunes 12:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:15 - 11:30, Jueves 11:00 - 12:45, Viernes 10:30 - 12:30
ISABEL MARIA RUIZ MORA	isabelruiz@uma.es	952136609	61 Despacho 61 - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Jueves 12:00 - 13:00
JORGE LUIS MARTINEZ RODRIGUEZ	jlmartinez@uma.es	951952322	3.099.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Lunes 09:30 - 13:30, Viernes 10:00 - 12:00
JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcaro@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:00 - 11:30, Miércoles 13:30 - 15:00
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlsanchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 11:00, Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 15:00 Viernes 09:00 - 11:00, Jueves 09: 11:00

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
MANUEL NICOLAS ENCISO GARCIA- OLIVEROS	enciso@uma.es	952133309	-	Todo el curso: Lunes 09:15 - 10:45, Lunes 12:30 - 14:00, Miércoles 11:00 - 14:00
MARIA MERCEDES AMOR PINILLA	map@uma.es	952132796	3.2.7 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Todo el curso: Viernes 11:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 12:30, Martes 10:00 - 12:30, Jueves 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Martes 09:45 - 12:00, Miércoles 10:45 - 11:30, Jueves 10:00 - 13:00
PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 19:00, Lunes 09:30 - 14:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 15:00
PEDRO MERINO GOMEZ	pmerino@uma.es	952132752	-	Todo el curso: Lunes 18:00 - 20:00, Martes 09:00 - 11:00, Lunes 09:00 - 11:00
VICTOR FERNANDO MUÑOZ MARTINEZ	vfmm@uma.es	951952558	2.135.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Martes 09:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 12:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 08:30 - 11:00, Martes 08:30 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Jueves 13:00 - 14:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 11:00 - 13:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

#### Nombre Bloque Temático

Todo trabajo debe ajustarse a alguna de las siguientes descripciones (\*):

- Elaboración de un proyecto para la creación de una empresa de base tecnológica 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 turismo.
- Realización de estudios técnicos y /o socioeconómicos relacionados con el sector turístico.

(\*): Consultar normativa trabajo fin de máster aprobada por Junta de Centro

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### Actividades Presenciales

#### Otras actividades presenciales

Otras actividades presenciales

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Consultar normativa trabajo fin de máster aprobada por Junta de Centro

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

#### Descripción

Otras actividades presenciales

Horas

10

Grupo grande Grupos reducidos



## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Vicerrectorado de Ordenación Académica

---

	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>			
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	260		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	30		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	300		

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

#### DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado/Máster en:</b>	Master Universitario en TURISMO ELECTRÓNICO:TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO/E-TOURISM:APPLYING TECHNOLOGY TO TOURISM
<b>Centro:</b>	MANAGEMENT AND SALES por la Universidad de Málaga
<b>Asignatura:</b>	Facultad de Turismo
<b>Código:</b>	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Tipo:</b>	112 Prácticas externas
<b>Materia:</b>	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Módulo:</b>	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
<b>Experimentalidad:</b>	
<b>Idioma en el que se imparte:</b>	Castellano
<b>Curso:</b>	1
<b>Semestre:</b>	2
<b>Nº Créditos</b>	6
<b>Nº Horas de dedicación del estudiante:</b>	150
<b>Nº Horas presenciales:</b>	1
<b>Tamaño del Grupo Grande:</b>	
<b>Tamaño del Grupo Reducido:</b>	
<b>Página web de la asignatura:</b>	

#### EQUIPO DOCENTE

**Departamento:**

**Área:**

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
ANDRES AGUAYO MALDONADO	aguayo@uma.es	952133255	24 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 11:00 - 13:00, Martes 09:00 - 13:00
ANTONIO FCO GALACHO ABOLAFIO	agalacho@uma.es	952137359	-	Todo el curso: Viernes 15:00 - 16:00, Viernes 18:00 - 19:00
ANTONIO JESUS GUEVARA PLAZA	guevara@uma.es	952133254	10 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Martes 08:30 - 12:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 08:30 - 12:30, Martes 17:00 - 19:00
CARLOS A. DE LAS HERAS PEDROSA	cheras@uma.es	952133289	52, 2ª pla - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Todo el curso: Lunes 08:30 - 14:30
CARLOS MANUEL ROSSI JIMENEZ	rossi@uma.es	952133308	3.2.30 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 20:00, Miércoles 11:30 - 13:30, Viernes 12:45 - 14:45 Segundo cuatrimestre: Jueves 08:15 - 10:15, Jueves 11:45 - 14:45, Lunes 18:00 - 19:00
ENRIQUE NAVARRO JURADO	enavarro@uma.es	952133250	34 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 14:00, Martes 17:00 - 19:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 17:00 - 19:00, Miércoles 10:00 - 14:00
FEDERICO BENJAMIN GALACHO JIMENEZ	fbgalacho@uma.es	952132172	129-A-D - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	Primer cuatrimestre: Lunes 09:00 - 12:00, Martes 09:00 - 12:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:30 - 10:30, Lunes 13:30 - 14:00, Martes 09:30 - 12:00, Miércoles 09:30 - 10:30, Miércoles 13:30 - 14:00, Martes 13:30 - 14:00
FRANCISCO JAVIER LOPEZ MUÑOZ	fjlopezm@uma.es	952131327	-	Todo el curso: Lunes 09:00 - 10:00, Lunes 12:45 - 14:45, Martes 09:00 - 12:00
ISAAC AGUDO RUIZ	isaac@uma.es	952136315	-	Primer cuatrimestre: Martes 10:30 - 12:30, Miércoles 11:00 - 14:00, Lunes 12:30 - 13:30 Segundo cuatrimestre: Miércoles 09:15 - 11:30, Jueves 11:00 - 12:45, Viernes 10:30 - 12:30
ISABEL MARIA RUIZ MORA	isabelruiz@uma.es	952136609	61 Despacho 61 - FAC. DE CC. DE LA COMUNICACIÓN	Segundo cuatrimestre: Lunes 11:00 - 13:00, Jueves 12:00 - 13:00
JORGE LUIS MARTINEZ RODRIGUEZ	jlmartinez@uma.es	951952322	3.099.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Lunes 09:30 - 13:30, Viernes 10:00 - 12:00
JOSE LUIS CARO HERRERO	jlcaro@uma.es	952133253	28 - FAC. DE TURISMO	Todo el curso: Martes 10:00 - 12:00, Miércoles 09:00 - 11:30, Miércoles 13:30 - 15:00
JOSE LUIS SANCHEZ OLLERO	jlсанchez@uma.es	952137315	6 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Miércoles 09:00 - 11:00, Viernes 09:00 - 11:00, Jueves 09: 11:00

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
MANUEL NICOLAS ENCISO GARCIA- OLIVEROS	enciso@uma.es	952133309	-	Todo el curso: Lunes 09:15 - 10:45, Lunes 12:30 - 14:00, Miércoles 11:00 - 14:00
MARIA MERCEDES AMOR PINILLA	map@uma.es	952132796	3.2.7 - E.T.S.I. INFORMÁTICA	Todo el curso: Viernes 11:00 - 12:00 Primer cuatrimestre: Lunes 11:00 - 12:30, Martes 10:00 - 12:30, Jueves 10:00 - 11:00 Segundo cuatrimestre: Martes 09:45 - 12:00, Miércoles 10:45 - 11:30, Jueves 10:00 - 13:00
PATRICIA GUILLERM BENAVIDES VELASCO	pgbv@uma.es	952132138	2 - FAC. DE DERECHO	Primer cuatrimestre: Lunes 18:00 - 19:00, Lunes 09:30 - 14:30 Segundo cuatrimestre: Lunes 09:00 - 15:00
PEDRO MERINO GOMEZ	pmerino@uma.es	952132752	-	Todo el curso: Lunes 18:00 - 20:00, Martes 09:00 - 11:00, Lunes 09:00 - 11:00
VICTOR FERNANDO MUÑOZ MARTINEZ	vfmm@uma.es	951952558	2.135.D - E.T.S.I. INDUSTRIAL	Todo el curso: Martes 09:00 - 12:00, Jueves 09:00 - 12:00
ALEJANDRO FCO. GARCIA POZO	alegarcia@uma.es	952131180	1410 - FAC. DE ECONÓMICAS	Primer cuatrimestre: Lunes 08:30 - 11:00, Martes 08:30 - 10:00, Martes 11:00 - 13:00 Segundo cuatrimestre: Lunes 10:00 - 13:00, Martes 10:00 - 13:00
ANA MARIA LUQUE GIL	geoana@uma.es	952131659	33 - FAC. DE TURISMO	Primer cuatrimestre: Martes 10:00 - 12:00, Martes 13:00 - 14:00, Jueves 10:00 - 12:00, Jueves 13:00 - 14:00 Segundo cuatrimestre: Jueves 09:00 - 11:00, Jueves 13:00 - 14:00, Viernes 09:00 - 10:00, Viernes 11:00 - 13:00

#### RECOMENDACIONES Y ORIENTACIONES

#### CONTEXTO

Se pretende que el alumno aplique los conocimientos adquiridos en las otras asignaturas cursadas del Máster de manera práctica en las empresas turísticas, facilitando también su incorporación al mercado laboral.

#### COMPETENCIAS

#### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

##### Nombre Bloque Temático

Observar y ejercitarse en las actividades propias de la empresa/institución relacionada con el contenido del posgrado.

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS

##### Actividades Presenciales

##### Otras actividades presenciales

Otras actividades presenciales Tutorización de prácticas en empresas

#### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se pretende que el alumno aplique las competencias adquiridas en las distintas asignaturas cursadas en el máster de manera práctica en la empresa, siendo evaluado tal y como se especifica en el procedimiento de evaluación.

#### PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Las prácticas curriculares serán evaluadas por el tutor académico de la Universidad basándose en el seguimiento llevado a cabo, el informe del tutor de la entidad colaboradora y la memoria final del estudiante, cumplimentando el correspondiente informe de valoración. A tal fin tendrá en cuenta para la calificación global lo siguiente:

La asistencia a las prácticas es obligatoria en el cómputo total de su duración. Todos los alumnos de prácticas externas curriculares de la modalidad 1 tendrán la obligación de presentarse a las convocatorias que se realicen oficialmente en la fecha, lugar y hora que se les señalen. Los alumnos de las modalidades 2, 3 y 4 que estarán exentos. Los alumnos que no asistan, una vez asignados, y salvo causa de fuerza mayor debidamente justificada, se calificarán como SUSPENSO en la asignatura.

Modalidad 1: Prácticas en empresas e instituciones o proyectos de investigación ofertados por la Facultad de Turismo. Reconocimiento de prácticas:

Modalidad 2: Trabajo en empresas o entidades relacionadas con el sector turístico.

Modalidad 3: Prácticas acogidas a convenios de cooperación educativa formalizados por la Universidad de

Málaga. Modalidad 4: Prácticas en el extranjero.

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

### Vicerrectorado de Ordenación Académica

Grado de aprovechamiento. Se calculará teniendo en cuenta el informe y la encuesta final del tutor de la entidad colaboradora, que supondrá el 50% de la calificación. El tutor académico valorará el trabajo desarrollado por el alumno con un 50% de la calificación.

Memoria. En todas las modalidades de prácticas el alumno/a tendrá que elaborar una memoria de síntesis de las actividades realizadas durante el periodo de prácticas, conforme a un modelo normalizado establecido por la Universidad. La no presentación de la memoria conllevará la calificación de SUSPENSO en la asignatura.

Para obtener la calificación de MATRÍCULA DE HONOR el alumno deberá tener la calificación de 10. En caso de que existan más alumnos con esta calificación que número de matrículas se puedan conceder, la Comisión de Prácticas se reunirá para decidir quién la obtendrá atendiendo a la evaluación efectuada por los tutores de la empresa colaboradora y por los tutores académicos.

#### BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

#### DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

#### ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades presenciales Tutorización de prácticas en empresas	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL</b>	<b>1</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL</b>	<b>134</b>		
<b>TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>		
<b>TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE</b>	<b>150</b>		



# HORARIOS DE CLASE

*GRADUADO EN TURISMO*

Curso 2014-2015

**GRADUADO EN TURISMO 1<sup>er</sup> Curso / 1<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO A Aula 1.22B</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>9:00-10:00</b>	Inglés aplicado al turismo I (102) A/A1	Introducción a la economía (103) A/A1	Geografía general y regional del turismo (101) A/A1	Organización y gestión de empresas (104) A/A1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A/A1
<b>10:00-12:00</b>	Introducción a la economía (103) A	Geografía general y regional del turismo (101) A	Organización y gestión de empresas (104) A	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A	Inglés aplicado al turismo I (102) A
<b>12:00-13:00</b>	Inglés aplicado al turismo I (102) A2	Introducción a la economía (103) A2	Geografía general y regional del turismo (101) A2	Organización y gestión de empresas (104) A2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A2
<b>13:00-14:00</b>				Organización y gestión de empresas (104) A3	

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO 1<sup>er</sup> Curso / 1<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO D Aula 1.22A</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>9:00-10:00</b>	Introducción a la economía (103) D/D1	Geografía general y regional del turismo (101) D/D1	Organización y gestión de empresas (104) D/D1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D/D1	Inglés aplicado al turismo I (102) D/D1
<b>10:00-12:00</b>	Geografía general y regional del turismo (101) D	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
<b>12:00-13:00</b>		Geografía general y regional del turismo (101) D2	Organización y gestión de empresas (104) D2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D2	Inglés aplicado al turismo I (102) D2

- GRUPOD SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOD1,D2, = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO D1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE D EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso/ 1<sup>er</sup> Semestre**

GRUPO E Aula 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Introducción a la economía (103) E/E1				
10:00-12:00					Introducción a la economía (103) E

- GRUPO E SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- EL GRUPO REDUCIDO E1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE E EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.
- LOS ALUMNOS DEL GRUPO E PARA EL RESTO DE LAS ASIGNATURAS PERTENERÁN A LAS LISTAS DEL GRUPO D.

**Grupo de docencia en inglés.**
**GRUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso / 1<sup>er</sup> Semestre**

GRUPO B Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Inglés aplicado al turismo I (102) B/B1	Introducción a la economía (103) B/B1	Geografía general y regional del turismo (101) B/B1	Organización y gestión de empresas (104) B/B1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B/B1
17:00-19:00	Introducción a la economía (103) B	Geografía general y regional del turismo (101) B	Organización y gestión de empresas (104) B	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B	Inglés aplicado al turismo I (102) B
19:00-20:00	Inglés aplicado al turismo I (102) B2	Introducción a la economía (103) B2	Geografía general y regional del turismo (101) B2	Organización y gestión de empresas (104) B2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B2

- GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO B1, B2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO****1<sup>er</sup> Curso / 1<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO C Aula 1.22B</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Introducción a la economía (103) C/C1	Geografía general y regional del turismo (101) C/C1	Organización y gestión de empresas (104) C/C1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C/C1	Inglés aplicado al turismo I (102) C/C1
<b>17:00-19:00</b>	Geografía general y regional del turismo (101) C	Organización y gestión de empresas (104) C	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C	Inglés aplicado al turismo I (102) C	Introducción a la economía (103) C
<b>19:00-20:00</b>	Introducción a la economía (103) C2	Geografía general y regional del turismo (101) C2	Organización y gestión de empresas (104) C2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) C2	Inglés aplicado al turismo I (102) C2

- **GRUPO C** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO C1, C2** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **EL GRUPO REDUCIDO C1** ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE **C** EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre**

GRUPO A Aula 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A/A1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A/A1	Gestión de bases de datos del turismo (203) A/A1	Indicadores económicos del turismo (204) A/A1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A/A1 /Francés aplicado al turismo II (209) A/A1
10:00-12:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A	Gestión de bases de datos del turismo (203) A	Indicadores económicos del turismo (204) A	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A /Francés aplicado al turismo II (209) A	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A
12:00-13:00	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A2	Gestión de bases de datos del turismo (203) A2	Indicadores económicos del turismo (204) A2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A2 /Francés aplicado al turismo II (209) A2
13:00-14:00			Gestión de bases de datos del turismo (203) A3	Indicadores económicos del turismo (204) A3	

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1, A2, A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
- LA ASIGNATURA ALEMÁNAPLICADOALTURISMOII SE IMPARTE EN EL AULA1.15-16.
- LA ASIGNATURA FRANCÉSAPLICADOALTURISMOII SE IMPARTE EN EL AULA1.13A.

**GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre**

GRUPO C Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	* Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) C/C1	Gestión de bases de datos del turismo (203) C/C1	Indicadores económicos del turismo (204) C/C1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C/C1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A/A1 /Francés aplicado al turismo II (209) A/A1
10:00-12:00	Gestión de bases de datos del turismo (203) C	Indicadores económicos del turismo (204) C	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A /Francés aplicado al turismo II (209) A	* Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) C
12:00-13:00	* Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) C2	Gestión de bases de datos del turismo (203) C2	Indicadores económicos del turismo (204) C2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A2 /Francés aplicado al turismo II (209) A2

- GRUPOC SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOC1,C2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO C1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE C EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
- LA ASIGNATURA ALEMÁNAPLICADOALTURISMOII SE IMPARTE EN EL AULA1.15-16.
- LA ASIGNATURA FRANCÉSAPLICADOALTURISMOII SE IMPARTE EN EL AULA1.13A.

\* Grupo de docencia en inglés.

Los alumnos de este grupo que cursen la asignatura Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) en castellano asistirán al grupo A de la misma

**GRADUADO EN TURISMO**
**2º Curso /1<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO B Aula 1.15-16</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B/B1 / Francés aplicado al turismo II (209) B/B1	Indicadores económicos del turismo (204) B/B1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B/B1	Gestión de bases de datos del turismo (203) B/B1	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B/B1
<b>17:00-19:00</b>	Indicadores económicos del turismo (204) B	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B	Gestión de bases de datos del turismo (203) B	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B /Francés aplicado al turismo II (209) B
<b>19:00-20:00</b>	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B2	Indicadores económicos del turismo (204) B2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B2	Gestión de bases de datos del turismo (203) B2	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) B2
<b>20:00-21:00</b>		Indicadores económicos del turismo (204) B3		Gestión de bases de datos del turismo (203) B3	

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO B1,B2,B3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **EL GRUPO REDUCIDO B1** ACTUARÁ 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 1.15-16**.
- LA ASIGNATURA **FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II** SE IMPARTE EN EL **AULA 1.13A**.

**GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /1º Semestre**

GRUPO A Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00					Difusión turística del patrimonio cultural (307) A3
10:00-11:00	Análisis de los mercados turísticos (301) A/A1	Contabilidad de empresas turísticas (302) A/A1	Psicología social del turismo (305) A/A1	Marketing turístico (304) A/A1	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A/A1
11:00-13:00	Contabilidad de empresas turísticas (302) A	Psicología social del turismo (305) A	Marketing turístico (304) A	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A	Análisis de los mercados turísticos (301) A
13:00-14:00	Análisis de los mercados turísticos (301) A2	Contabilidad de empresas turísticas (302) A2	Psicología social del turismo (305) A2	Marketing turístico (304) A2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A2

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1,A2,A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ 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 1.18B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Contabilidad de empresas turísticas (302) B/B1	Análisis de los mercados turísticos (301) B/B1	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B/B1	Psicología social del turismo (305) B/B1	Marketing turístico (304) B/B1
11:00-13:00	Análisis de los mercados turísticos (301) B	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B	Psicología social del turismo (305) B	Marketing turístico (304) B	Contabilidad de empresas turísticas (302) B
13:00-14:00	Contabilidad de empresas turísticas (302) B2	Análisis de los mercados turísticos (301) B2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B2	Psicología social del turismo (305) B2	Marketing turístico (304) B2

- GRUPOB SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOB1,B2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

**GRADUADO EN TURISMO****3º Curso /1<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO C Aula 1.18A</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Marketing turístico (304) C/C1	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C/C1	Análisis de los mercados turísticos (301) C/C1	Contabilidad de empresas turísticas (302) C/C1	Psicología social del turismo (305) C/C1
<b>17:00-19:00</b>	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C	Análisis de los mercados turísticos (301) C	Contabilidad de empresas turísticas (302) C	Psicología social del turismo (305) C	Marketing turístico (304) C
<b>19:00-20:00</b>	Marketing turístico (304) C2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C2	Análisis de los mercados turísticos (301) C2	Contabilidad de empresas turísticas (302) C2	Psicología social del turismo (305) C2

- **GRUPO C SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO C1, C2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EL GRUPO REDUCIDO C1 ACTUARÁ 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 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-9:30	Legislación laboral en el sector turístico (407) A	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A		
9:30-10:00			Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A/A1	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A/A1
10:00-11:00					
11:00-12:00	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A/A1	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A/A1
12:00-13:00			Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A2	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A2	
13:00-14:00	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A/A1	Legislación laboral en el sector turístico (407) A/A1	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A2	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A2
14:00-14:30		Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A2			
14:30-15:00					
15:00-15:30	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A			Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A/A1	Historia económica y social del turismo (405) A/A1
15:30-16:00		Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A/A1	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A/A1	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A2	Historia económica y social del turismo (405) A2
16:00-17:00					
17:00-18:00	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A	Sociología del turismo (409) A/A1	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A	
18:00-19:00		Sociología del turismo (409) A2		Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A	
19:00-20:00	Sociología del turismo (409) A	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A2		Historia económica y social del turismo (405) A	
20:00-20:30					
20:30-21:00					

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1,A2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

**GRADUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso /2<sup>o</sup> Semestre**

GRUPO A Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 - 10:00	Introducción al derecho (110) A/A1	Introducción a la estadística (109) A/A1	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A/A1	Gestión del patrimonio cultural (108) A/A1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A/A1 / Francés aplicado al turismo I (107) A/A1
10:00- 12:00	Introducción a la estadística (109) A	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A	Gestión del patrimonio cultural (108) A	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A /Francés aplicado al turismo I (107) A	Introducción al derecho (110) A
12:00- 13:00	Introducción al derecho (110) A2	Introducción a la estadística (109) A2	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A2	Gestión del patrimonio cultural (108) A2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A2 / Francés aplicado al turismo I (107) A2
13:00- 14:00					

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1,A2,A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
- LA ASIGNATURA FRANCÉSAPLICADOALTURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.13B.

**GRADUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso /2<sup>o</sup> Semestre**

GRUPO D Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D/D1	Introducción al derecho (110) D1	Gestión del patrimonio cultural (108) D/D1	Introducción a la estadística (109) D/D1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) C/C1 / Francés aplicado al turismo I (107) A/A1
10:00-12:00	Introducción al derecho (110) D	Gestión del patrimonio cultural (108) D	Introducción a la estadística (109) D	Alemán Aplicado al Turismo I (106) C / Francés aplicado al turismo I (107) A	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D
12:00-13:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D2		Gestión del patrimonio cultural (108) D2	Introducción a la estadística (109) D2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) C2 / Francés aplicado al turismo I (107) A2

- GRUPOD SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOD1,D2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO D1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE D EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
- LA ASIGNATURA FRANCÉSAPLICADOALTURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.13B.

**GRADUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso /2º Semestre**

GRUPO E Aula 1.14	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00		Introducción al derecho (110) E/E1			
10:00-12:00	Introducción al derecho (110) E				

- GRUPOE SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- EL GRUPO REDUCIDO E1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE E EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.
- LOS ALUMNOS DEL GRUPO E PARA EL RESTO DE ASIGNATURAS PERTENECEN A LAS LISTAS DEL GRUPO D.

**Grupo de docencia en inglés.**
**GRADUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso /2º Semestre**

GRUPO B Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B/B1 / Francés aplicado al turismo I (107) B/B1	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B/B1	Introducción al derecho (110) B/B1	Introducción a la estadística (109) B/B1	Gestión del patrimonio cultural (108) B/B1
17:00-19:00	Introducción a la estadística (109) B	Introducción al derecho (110) B	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B	Gestión del patrimonio cultural (108) B	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B / Francés aplicado al turismo I (107) B
19:00-20:00	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B2	Introducción al derecho (110) B2	Introducción a la estadística (109) B2	Gestión del patrimonio cultural (108) B2

- GRUPOB SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOB1,B2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
- LA ASIGNATURA ALEMÁNAPLICADOALTURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA1.22A.
- LA ASIGNATURA FRANCÉSAPLICADOALTURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA1.22B.

**GRADUADO EN TURISMO**
**1<sup>er</sup> Curso /2º Semestre**

<b>GRUPO C Aula 1.22B</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B/B1 / Francés aplicado al turismo I (107) B/B1	Introducción al derecho (110) C/C1	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C/C1	Gestión del patrimonio cultural (108) C/C1	Introducción a la estadística (109) C/C1
<b>17:00-19:00</b>	Introducción al derecho (110) C	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C	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
<b>19:00-20:00</b>	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2	Introducción al derecho (110) C2	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) C2	Gestión del patrimonio cultural (108) C2	Introducción a la estadística (109) C2

- **GRUPO C SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO C1,C2, = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EI GRUPO REDUCIDO C1 ACTUARÁ 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 2º Curso /2º Semestre**

GRUPO A Aula 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Estructura económica del turismo (208) A/A1	Introducción a la contabilidad (211) A/A1	Fundamentos de marketing (210) A/A1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A/A1	Inglés aplicado al turismo II (205) A/A1
10:00-12:00	Introducción a la contabilidad (211) A	Fundamentos del marketing (210) A	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A	Inglés aplicado al turismo II (205) A	Estructura económica del turismo (208) A
12:00-13:00	Estructura económica del turismo (208) A2	Introducción a la contabilidad (211) A2	Fundamentos de marketing (210) A2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) A2	Inglés aplicado al turismo II (205) A2
13:00-14:00				Derecho mercantil de la empresa turística (207) A3	Inglés aplicado al turismo II (205) A3

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1,A2,A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /2º Semestre**

GRUPO C Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Introducción a la contabilidad (211) C/C1	Fundamentos de marketing (210) C/C1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C/C1	Inglés aplicado al turismo II (205) C/C1	Estructura económica del turismo (208) C/C1
10:00-12:00	Fundamentos de marketing (210) C	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C	Inglés aplicado al turismo II (205) C	Estructura económica del turismo (208) C	Introducción a la contabilidad (211) C
12:00-13:00	Introducción a la contabilidad (211) C2	Fundamentos de marketing (210) C2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C2	Inglés aplicado al turismo II (205) C2	Estructura económica del turismo (208) C2

- GRUPOC SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOC1,C2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EI GRUPO REDUCIDO C1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE C EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /2º Semestre**

<b>GRUPO B Aula 1.19A</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B/B1	Estructura económica del turismo (208) B/B1	Introducción a la contabilidad (211) B/B1	Inglés aplicado al turismo II (205) B/B1	Fundamentos de marketing (210) B/B1
<b>17:00-19:00</b>	Estructura económica del turismo (208) B	Introducción a la contabilidad (211) B	Inglés aplicado al turismo II (205) B	Fundamentos de marketing (210) B	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B
<b>19:00-20:00</b>	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B2	Estructura económica del turismo (208) B2	Introducción a la contabilidad (211) B2	Inglés aplicado al turismo II (205) B2	Fundamentos de marketing (210) B2
<b>20:00-21:00</b>	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B3			Inglés aplicado al turismo II (205) B3	

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- **GRUPO B1, B2, B3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- **EL GRUPO REDUCIDO B1** ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE **B** EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

**GRADUADO EN TURISMO 3º Curso /2º Semestre**

GRUPO A Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Inglés aplicado al turismo III (303) A3				
10:00-11:00	Inglés aplicado al turismo III (303) A/A1	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A/A1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A/A1	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A/A1	Derecho administrativo turístico (306) A/A1
11:00-13:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A	Derecho administrativo turístico (306) A	Inglés aplicado al turismo III (303) A
13:00-14:00	Inglés aplicado al turismo III (303) A2	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A2	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) A2	Derecho administrativo turístico (306) A2

- GRUPOA SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOA1,A2,A3 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ 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 1.18B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	Derecho administrativo turístico (306) B/B1	Inglés aplicado al turismo III (303) B/B1	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B/B1	* Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) B/B1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B/B1
11:00-13:00	Inglés aplicado al turismo III (303) B	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B	* Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) B	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B	Derecho administrativo turístico (306) B
13:00-14:00	Derecho administrativo turístico (306) B2	Inglés aplicado al turismo III (303) B2	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B2	* Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) B2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B2

- GRUPOB SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPOB1,B2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

\* Grupo de docencia en inglés.

Los alumnos de este grupo que cursen la asignatura Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309 en castellano asistirán al grupo A de la misma

**GRADUADO EN TURISMO**
**3º Curso /2<sup>er</sup> Semestre**

<b>GRUPO C Aula 1.18A</b>	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>
<b>16:00-17:00</b>	Planificación territorial y turismo sostenible (310) C/C1	Derecho administrativo turístico (306) C/C1	Inglés aplicado al turismo III (303) C/C1	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) C/C1	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) C/C1
<b>17:00-19:00</b>	Derecho administrativo turístico (306) C	Inglés aplicado al turismo III (303) C	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) C
<b>19:00-20:00</b>	Planificación territorial y turismo sostenible (310) C2	Derecho administrativo turístico (306) C2	Inglés aplicado al turismo III (303) C2	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) C2	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) C2

- **GRUPO C SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO C1, C2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EL GRUPO REDUCIDO C1 ACTUARÁ 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 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	
9:00-10:00	Creación de empresas turísticas A	Geografía turística de Andalucía A		
10:00-11:00	Creación de empresas turísticas A	Geografía turística de Andalucía A	Geografía turística de Andalucía A1 (Aula 1.13B)	Creación de empresas turísticas A2
11:00-11:30	Geografía turística de Andalucía A	Creación de empresas turísticas A		
11:30-12:00				Geografía turística de Andalucía A2 (Aula 1.13B)
12:00-13:00	Geografía turística de Andalucía A *	Creación de empresas turísticas A **		

- **GRUPO A** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LA HORA DE 12:00 A 13:00 QUE SE PROGRAMARÁN SEGÚN CRONOGRAMA:
  - \* GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA: 3 SEMANAS
  - \*\* CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. 6 SEMANAS
- **GRUPOA1,A2** = GRUPOS REDUCIDOS, SEGÚN CRONOGRAMA:
  - GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA: 8 SEMANAS
  - CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. 6 SEMANAS

**GRADUADO EN TURISMO**
**4º Curso / 2º Semestre**

GRUPO B Aula 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	
16:00-17:00	Geografía turística de Andalucía B	Creación de empresas turísticas B		
17:00-18:00	Geografía turística de Andalucía B	Creación de empresas turísticas B	Geografía turística de Andalucía B1 (Aula 1.13B)	Creación de empresas turísticas B2
18:00-18:30	Creación de empresas turísticas B	Geografía turística de Andalucía B		
18:30-19:00				Geografía turística de Andalucía B2 (Aula 1.13B)
19:00-20:00	Creación de empresas turísticas B **	Geografía turística de Andalucía B *		

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LA HORA DE 12:00 A 13:00 QUE SE PROGRAMARÁN SEGÚN CRONOGRAMA:
  - \* GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA: 3 SEMANAS
  - \*\* CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. 6 SEMANAS
- **GRUPOB1,B2** = GRUPOS REDUCIDOS, SEGÚN CRONOGRAMA:
  - GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA: 8 SEMANAS
  - CREACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. 6 SEMANAS

# HORARIOS DE CLASE

*MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO*

Curso 2014-2015

## MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2014/2015

### PRIMER CUATRIMESTRE – Aula 1.13A

PERIODO DE CLASES: del 20 de octubre de 2014 al 16 de enero de 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 19 de enero al 2 de febrero de 2015

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.	Planificación y Gestión Territorial Turística (17:00 a 18:00)	Tecnologías aplicadas al e-tourism (17:00 a 18:00)	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
17,30 h. – 18,30 h.	Planificación y Gestión Territorial Turística (18:00 a 19:00)	Tecnologías aplicadas al e-tourism (18:00 a 19:00)	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	
18,30h. – 19,30 h.	Tecnologías aplicadas al e-tourism (19:00 a 20:00)	Planificación y Gestión Territorial Turística (19:00 a 20:00)	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
19,30h. – 20,30 h.	Tecnologías aplicadas al e-tourism (20:00 a 21:00)	Planificación y Gestión Territorial Turística (20:00 a 21:00)	Habilidades Directivas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
20,30 h. - 21:00 h.			Habilidades Directivas		

**SEGUNDO CUATRIMESTRE – Aula 1.13A**

PERIODO DE CLASES: del 02 de febrero de 2015 al 22 de mayo 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 28 de mayo al 7 de julio de 2015

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
02/02/2015 al 06/03/2015	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		

**SEGUNDO CUATRIMESTRE – Aula 1.13A**

PERIODO DE CLASES: del 02 de febrero de 2015 al 22 de mayo 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 30 de mayo al 7 de julio de 2015

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
9/03/2015 al 17/04/2015	16,00 h. – 17,00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	
	18,00h. – 19,00 h.	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Metodología para la investigación en turismo  (de 18:00 h. – 19:30 h.)	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		Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Gestión y Divulgación del patrimonio cultural  (de 19:30 h. – 21:30 h.)	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	21,00h - 21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo				

**SEGUNDO CUATRIMESTRE – Aula 1.13A**

PERIODO DE CLASES: del 02 de febrero de 2015 al 22 de mayo 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 30 de mayo al 7 de julio de 2015

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
20/04/2015 al 22/05/2015	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.

## HORARIOS DE CLASE

*MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS  
APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO*

Curso 2014-2015

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2014-2015

### PRIMER CUATRIMESTRE – Aula 1.18 B

PERIODO DE CLASES: del 20 de octubre de 2014 al 13 de febrero de 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 16 de febrero al 26 de febrero de 2015

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
17:00 h – 18:00 h	Estructura económica del mercado de la distribución on-line	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales	Sistemas de información de gestión territorial	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
18:00 h – 19:00 h	Estructura económica del mercado de la distribución on-line	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales	Sistemas de información de gestión territorial	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos	
19:00 h – 20:00 h	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales	Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y destinos turísticos	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos	Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y destinos turísticos	
20:00 h – 21:00 h	Sistemas de información de gestión territorial	Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y destinos turísticos	Estructura económica del mercado de la distribución on-line		

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2014-2015

### SEGUNDO CUATRIMESTRE – Aula 1.18 B

PERIODO DE CLASES: del 2 de marzo de 2015 al 26 de mayo de 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 1 de junio al 19 de junio de 2015

**PRIMER BLOQUE DE OPTATIVAS:** del 2 de marzo al 14 de abril de 2015 (5 semanas y media)

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
17:00 h – 18:00 h	Gestión de canales de distribución on-line	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	Gestión de canales de distribución on-line	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
18:00 h – 19:00 h	Gestión de canales de distribución on-line	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	Gestión de canales de distribución on-line	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	
19:00 h – 20:00 h	Aplicaciones móviles para el sector turístico	Seguridad en entornos tecnológicos	Aplicaciones móviles para el sector turístico	Seguridad en entornos tecnológicos	
20:00 h – 21:00 h	Aplicaciones móviles para el sector turístico	Seguridad en entornos tecnológicos	Aplicaciones móviles para el sector turístico	Seguridad en entornos tecnológicos	

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2014-2015

### SEGUNDO CUATRIMESTRE – Aula 1.18 B

PERIODO DE CLASES: del 2 de marzo de 2015 al 26 de mayo de 2015

PERIODO DE EXÁMENES: del 1 de junio al 19 de junio de 2015

**SEGUNDO BLOQUE DE OPTATIVAS:** del 20 de abril al 26 de mayo de 2015 (5 semanas y media)

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
17:00 h – 18:00 h	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
18:00 h – 19:00 h	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	
19:00 h – 20:00 h	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	
20:00 h – 21:00 h	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	



# CALENDARIO DE EXÁMENES



# **CALENDARIO DE EXÁMENES**

GRADUADO EN TURISMO

Curso 2014-2015

**GRADUADO EN TURISMO**
**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA  
ASIGNATURAS DEL PRIMER SEMESTRE**

<b>1<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Geografía General y Regional del Turismo (101)	27 enero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	30 enero	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Organización y Gestión de Empresas (104)	4 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Economía (103)	9 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	12 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas

<b>2<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	27 enero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	2 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	2 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas
Análisis de Recursos Territoriales Turísticos (202)	5 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	10 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Indicadores Económicos del Turismo (204)	13 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta

<b>3<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	26 enero	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	29 enero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Marketing Turístico (304)	3 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Psicología Social del Turismo (305)	6 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	11 febrero	9:00	*Aulas de la 1ª planta

<b>4<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	27 enero	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Historia Económica y Social del Turismo (405)	29 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	30 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	2 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	3 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	4 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	5 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	9 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	10 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	11 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	12 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16

\* Aulas de la 1ª planta (excepto 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**

<b>1<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	27 enero	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Francés Aplicado al Turismo I (107)	29 enero	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	3 febrero	18:00	Aula 1.15-1.16
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	5 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16
Introducción al Derecho (110)	6 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16
Introducción a la Estadística (109)	10 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16

<b>2<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Inglés aplicado al turismo II (205)	26 enero	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	29 enero	18:00	Aula 1.15-1.16
Introducción a la Contabilidad (211)	3 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16
Estructura Económica del Turismo (208)	4 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16
Fundamentos de Marketing (210)	11 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16

<b>3<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Derecho Administrativo Turístico (306)	27 enero	18:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	4 febrero	18:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	5 febrero	18:00	Aula 1.15-1.16
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	9 febrero	16:00	Aula de Informática (1.14)
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	12 febrero	16:00	Aula 1.15-1.16

<b>4<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Creación de Empresas Turísticas (412)	6 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Geografía Turística de Andalucía (413)	13 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
<b>Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)</b>	<b>13 febrero</b>	<b>Fecha límite de entrega de la Memoria</b>	
Trabajo Fin de Grado (415)	<b>10 marzo</b>	Defensa del Trabajo Fin de Grado	

**GRADUADO EN TURISMO**
**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA  
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

<b>1<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	8 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción al Derecho (110)	11 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	16 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Estadística (109)	19 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	23 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas
Francés Aplicado al Turismo I (107)	24 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas

<b>2º CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	9 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	12 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Estructura Económica del Turismo (208)	17 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Contabilidad (211)	22 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Fundamentos de Marketing (210)	25 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta

<b>3<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	10 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	15 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aula de idiomas
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	18 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	22 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	26 junio	9:00	*Aulas de la 1ª planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

<b>4º CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Geografía Turística de Andalucía (413)	5 mayo	9:00	Aula Magna
Creación de Empresas Turísticas (412)	8 mayo	9:00	Aula Magna
<b>Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414) - Reunión de alumnos con tutores</b>	<b>5 mayo</b>	<b>13:00-15:00</b>	<b>Reunión tutores: aulas por determinar</b>
	<b>30 junio</b>	<b>Fecha límite de entrega de la Memoria</b>	
<b>Trabajo Fin de Grado (415)</b>	<b>14 julio</b>	Defensa del Trabajo Fin de Grado	

\* Aulas de la 1ª planta (excepto 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**

<b>1<sup>er</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Geografía General y Regional del Turismo (101)	10 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	15 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Introducción a la Economía (103)	18 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	25 junio	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Organización y Gestión de Empresas (104)	26 junio	12:00	Aula 1.15-1.16

<b>2<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	8 junio	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	11 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	16 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Francés Aplicado al Turismo II (209)	18 junio	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	19 junio	12:00	Aulas 1.15-1.16 + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Indicadores Económicos del Turismo (204)	23 junio	12:00	Aula 1.15-1.16

<b>3<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Psicología Social del Turismo (305)	9 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Análisis de Mercados Turísticos (301)	12 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	16 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	17 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Marketing Turístico (304)	24 junio	12:00	Aula 1.15-1.16

<b>4<sup>o</sup> CURSO</b>	<b>DÍA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULAS</b>
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	8 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	9 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	10 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	11 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	12 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	15 junio	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	17 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	22 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	23 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	24 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	25 junio	16:00	Aula 1.15-1.16

**GRADUADO EN TURISMO**  
**SEGUNDA CONVOCATORIA ORDINARIA**  
**SEPTIEMBRE**

1 <sup>er</sup> CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	1 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	2 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	7 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Introducción al Derecho (110)	9 septiembre	18:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Introducción a la Estadística (109)	11 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	14 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Francés Aplicado al Turismo I (107)	14 septiembre	16:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	16 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	17 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Introducción a la Economía (103)	18 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	21 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

2 <sup>o</sup> CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	2 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Estructura Económica del Turismo (208)	3 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	4 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	4 septiembre	16:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	9 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	10 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Fundamentos del Marketing (210)	14 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	15 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Introducción a la Contabilidad (211)	16 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Indicadores Económicos del Turismo (204)	18 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	21 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas

\* Aulas de la 1<sup>a</sup> planta (excepto 1.13A) = 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B

**3<sup>er</sup> CURSO**
**DÍA**
**HORA**
**AULAS**

Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	1 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	3 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Psicología Social del Turismo (305)	4 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	7 septiembre	9:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	9 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	10 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	11 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	16 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	17 septiembre	12:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta + Aula de idiomas
Marketing Turístico (304)	21 septiembre	16:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta

**4<sup>o</sup> CURSO**
**DÍA**
**HORA**
**AULAS**

Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	1 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	2 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	3 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	7 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	9 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Geografía Turística de Andalucía (413)	10 septiembre	16:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	11 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	12 septiembre	Fecha límite entrega de memoria	
Historia Económica y Social del Turismo (405)	14 septiembre	18:00	Aula 1.15-1.16
Creación de Empresas Turísticas (412)	15 septiembre	16:00	*Aulas de la 1 <sup>a</sup> planta
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	16 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16 + Aula de idiomas
Sociología del Turismo (409)	17 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	18 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	21 septiembre	18:00	Aula 1.15-1.16
Trabajo Fin de Grado (415)	14 octubre	Defensa del Trabajo Fin de Grado	
	15 diciembre		

\* Aulas de la 1<sup>a</sup> planta (excepto 1.13A) = 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19A, 1.19B, 1.22A y 1.22B



**CALENDARIO DE EXÁMENES**  
MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y  
PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

**MASTER UNIVERISARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
**CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
19/01/2015	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.13A
21/01/2015	Habilidades directivas	17:00 h	1.13A
23/01/2015	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.13A
27/01/2015	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.13A
29/01/2015	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba parcial)	17:00 h	1.13A
08/05/2015	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.13A

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su primera convocatoria ordinaria en Junio.

**CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
28/05/2015	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.13A
08/05/2015	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.13A
02/06/2015	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.13A
04/06/2015	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	17:00 h	1.13A
08/06/2015	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.13A
10/06/2015	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	17:00 h	1.13A
11/06/2015	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.13A
15/06/2015	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	17:00 h	1.13A
18/06/2015	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.13A
22/06/2015	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	17:00 h	1.13A
24/06/2015	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.13A
26/06/2015	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	17:00 h	1.13A
29/06/2015	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.13A
01/07/2015	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	<b>Fecha límite entrega memoria</b>	
08/07/2015	Trabajo fin de máster		

**MASTER UNIVERISITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
**2º CONVOCATORIA ORDINARIA Septiembre 2015**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
01/09/2015	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.13A
01/09/2015	Habilidades directivas	17:00 h	1.13A
02/09/2015	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	9:00 h	1.13A
03/09/2015	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	9:00 h	1.13A
03/09/2015	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.13A
04/09/2015	Planificación y Gestión Territorial Turística	9:00 h	1.13A
04/09/2015	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.13A
07/09/2015	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.13A
07/09/2015	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	12:00 h	1.13A
07/09/2015	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.13A
09/09/2015	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.13A
09/09/2015	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	12:00 h	1.13A
09/09/2015	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.13A
10/09/2015	Gestión del medio natural y desarrollo local	9:00 h	1.13A
10/09/2015	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.13A
15/09/2015	Tecnologías aplicadas al e-tourism	9:00 h	1.13A
15/09/2015	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.13A
16/09/2015	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	<b>Fecha límite entrega memoria</b>	
22/09/2015	Trabajo fin de máster		
16/12/2015	Trabajo fin de máster		

**MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO****CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES  
ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
16/01/2015	Metodología para la investigación en turismo	9:00 h	1.19B
16/01/2015	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.13A
20/01/2015	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	9:00 h	1.19B
20/01/2015	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.13A
22/01/2015	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.19B
22/01/2015	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	17:00 h	1.13A
23/01/2015	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	9:00 h	1.19B
23/01/2015	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.13A
27/01/2015	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.13A
27/01/2015	Creación y comercialización de productos turísticos	12:00 h	1.13A
29/01/2015	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.13A
29/01/2015	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.13A
04/02/2015	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	9:00 h	1.13A
12/02/2015	Trabajo fin de máster		

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES  
ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
29/01/2015	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.13A
02/06/2015	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.13A
04/06/2015	Habilidades directivas	17:00 h	1.13A
09/06/2015	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.13A
11/06/2015	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.13A

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su convocatoria extraordinaria en Enero.



## **CALENDARIO DE EXÁMENES**

*MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO  
ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA  
GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO*

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN TURISMO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA  
GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO****1ª CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
17/02/2015	Sistemas de información de gestión territorial	17:00 h	1.18 B
19/02/2015	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales	17:00 h	1.18 B
23/02/2015	Estructura económica del mercado de la distribución on-line	17:00 h	1.18 B
25/02/2015	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos	17:00 h	1.18 B
26/02/2015	Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y destinos turísticos	17:00 h	1.18 B

**1ª CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
1/06/2015	Gestión de canales de distribución on-line	17:00 h	1.18 B
3/06/2015	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	17:00 h	1.18 B
5/06/2015	Aplicaciones móviles para el sector turístico	17:00 h	1.18 B
8/06/2015	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	17:00 h	1.18 B
10/06/2015	Seguridad en entornos tecnológicos	17:00 h	1.18 B
12/06/2015	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	17:00 h	1.18 B
15/06/2015	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	17:00 h	1.18 B
18/06/2015	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	17:00 h	1.18 B
30/06/2015	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	<b>Fecha límite entrega memoria</b>	
07/07/2015	Trabajo Fin de Máster		

**2ª CONVOCATORIA ORDINARIA (SEPTIEMBRE)**

<b>DIA</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>HORA</b>	<b>AULA</b>
1/09/2015	Sistemas de información de gestión territorial	17:00 h	1.18 B
2/09/2015	Gestión de canales de distribución on-line	17:00 h	1.18 B
3/09/2015	Aspectos legales del negocio electrónico y redes sociales	17:00 h	1.18 B
4/09/2015	Análisis de datos para toma de decisiones en entornos turísticos	17:00 h	1.18 B
7/09/2015	Aplicaciones móviles para el sector turístico	17:00 h	1.18 B
9/09/2015	Estructura económica del mercado de la distribución on-line	17:00 h	1.18 B
10/09/2015	Diseño e implementación de sitios web de contenido turístico	17:00 h	1.18 B
11/09/2015	La marca y la gestión de la comunicación en sitios web turísticos	17:00 h	1.18 B
14/09/2015	Seguridad en entornos tecnológicos	17:00 h	1.18 B
15/09/2015	Innovación y transferencia tecnológica en turismo	17:00 h	1.18 B
16/09/2015	Análisis y diseño de sistemas de información en empresas y destinos turísticos	17:00 h	1.18 B
17/09/2015	Sistemas inmóticos en empresas turísticas	17:00 h	1.18 B
18/09/2015	Análisis, evaluación y estrategias de promoción de sitios web de empresas y destinos turísticos	17:00 h	1.18 B
11/09/2015	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	<b>Fecha límite entrega memoria</b>	
21/09/2015	Trabajo Fin de Máster		
17/12/2015	Trabajo Fin de Máster		