



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA
FACULTAD
DE TURISMO

PROGRAMACIÓN DOCENTE

CURSO 2013 - 2014

ÍNDICE

INFORMACIÓN Y SERVICIOS	2
PLAZOS DE SOLICITUD DE AMPLIACIONES DE MATRÍCULA DE DIPLOMADO EN TURISMO	3
PLAZOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS	3
CALENDARIO DOCENTE DE GRADUADO EN TURISMO	4
CALENDARIO DIPLOMADO EN TURISMO	5
CALENDARIO DOCENTE DE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACION DEL TURISMO	6
PROGRAMAS DE MOVILIDAD	7
REGLAMENTO DE LIBRE CONFIGURACIÓN CURRICULAR DE DIPLOMADO EN TURISMO.....	12
ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE DIPLOMADO EN TURISMO	
Asignaturas de Primer Curso	17
Asignaturas de Segundo Curso	18
Asignaturas de Tercer Curso	19
PROGRAMA ACADÉMICO DE DIPLOMADO EN TURISMO	
<u>Programación de Tercer Curso</u>	
Operaciones y procesos de producción	21
Marketing turístico	23
Prácticas de turismo.....	25
Derecho administrativo turístico	26
Psicología social del turismo	28
Sociología del turismo.....	31
Administración de recursos humanos en el sector turístico	34
Geografía turística de Andalucía.....	37
Técnicas de animación turística	41
Técnicas de la operativa financiera aplicadas al turismo	43
Régimen fiscal del turismo	45
Tecnologías de información turísticas	47
Tecnología de la comunicación audiovisual.....	49
ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO EN TURISMO	50
PROGRAMA ACADÉMICO DE GRADUADO EN TURISMO	
<u>Programa académico de Primer Curso</u>	
Geografía general y regional del turismo	59
Inglés Aplicado al Turismo I	62
Introducción a la Economía	65
Organización y Gestión de Empresas.....	71
Sistemas Informáticos aplicados al Turismo	75
Alemán Aplicado al Turismo I.....	78
Francés Aplicado al Turismo I.....	83
Gestión del patrimonio cultural.....	87
Introducción a la estadística.....	90
Introducción al derecho.....	95
Microeconomía y Macroeconomía aplicadas al turismo	101

Programación de Segundo Curso

Administración de recursos humanos en las empresas turísticas.....	106
Análisis de los recursos territoriales turísticos	112
Gestión de bases de datos del turismo	115
Indicadores económicos del turismo	118
Inglés aplicado al turismo II	125
Alemán aplicado al turismo II	128
Derecho mercantil de la empresa turística	132
Estructura económica del turismo	136
Francés aplicado al turismo II	143
Fundamentos de marketing	147
Introducción a la contabilidad	150

Programación de Tercer Curso

Análisis de Mercados Turísticos	154
Contabilidad de Empresas Turísticas	158
Inglés Aplicado al Turismo III	162
Marketing Turístico	165
Psicología Social del Turismo	169
Derecho Administrativo Turístico	173
Difusión Turística del Patrimonio Cultural	176
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo	179
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	182
Planificación Territorial y Turismo Sostenible	186

Programación de Cuarto Curso

Análisis de la oferta complementaria de servicios turístico	189
Contabilidad de gestión de empresas turísticas.....	193
Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos	196
Gestión del territorio en destinos turísticos	199
Historia económica y social del turismo	202
Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas.....	205
Legislación laboral en el sector turístico	208
Marketing para empresas y productos turísticos.....	211
Sociología del turismo.....	215
Tecnología de los alimentos y gastronomía.....	218
Tecnologías Web aplicadas al turismo.....	221
Creación de empresas turísticas	224
Geografía turística de Andalucía.....	227
Prácticas en empresas e instituciones turísticas	230
Trabajo fin de grado	233

POSGRADO EN TURISMO 237

PROGRAMA ACADÉMICO DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	243
Habilidades Directivas	246
Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	249
Planificación y Gestión Territorial Turística	252
Tecnologías aplicadas al e-tourism	255
Creación y comercialización de productos turísticos	258
Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	260
El Mercado: su conocimiento, atención y fidelización	263
Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	265

Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	268
Gestión del medio natural y desarrollo local	271
Gestión económico-financiera de empresas turísticas	274
Gestión y divulgación del patrimonio cultural	276
Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	278
Metodología para la investigación en turismo	280
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	283
Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	286
TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	289
Trabajo fin de Máster	291
HORARIOS DE CLASE DE GRADUADO EN TURISMO	294
HORARIOS DE CLASE DE MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	309
CALENDARIO DE EXÁMENES DE DIPLOMADO EN TURISMO	
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre ..	316
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer cuatrimestre	316
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre	317
Convocatoria extraordinaria de repetidores asignaturas del primer cuatrimestre	317
Segunda convocatoria ordinaria de exámenes de septiembre.	318
CALENDARIO DE EXÁMENES DE GRADUADO EN TURISMO	
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre	320
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre	321
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre	322
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer semestre	323
Segunda convocatoria ordinaria de exámenes de septiembre	324
CALENDARIO DE EXÁMENES DEL MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del primer semestre	327
Primera convocatoria ordinaria de asignaturas del segundo semestre.....	327
Segunda convocatoria ordinaria de todas las asignaturas	328
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del segundo semestre	329
Convocatoria extraordinaria de repetidores para asignaturas del primer semestre	329

EQUIPO DE DIRECCIÓN

D. Antonio J. Guevara Plaza
DECANO

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

D.^a. 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

1. Teléfonos y direcciones de interés.

Secretaría del Centro

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

Conserjería: 952 132 932 y 952 132 901.

Biblioteca: Tlfno: 952 133 277.

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

2. Secretaría.

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

3. Instalaciones y servicios

A. Aulas de Informática.

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

B. Biblioteca.

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

C. Laboratorio de Idiomas.

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

D. Reprografía.

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

F. Enseñanza virtual de la Facultad de Turismo.

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

AMPLIACIONES DE MATRÍCULA PARA LA TITULACIÓN DE DIPLOMADO EN TURISMO

Además de los supuestos contemplados en la GUÍA PARA LA MATRICULACIÓN DE ESTUDIANTES 2013-2014, los alumnos matriculados de los estudios de Diplomado en Turismo podrán ampliar su matrícula sin necesidad de alegar causa alguna, hasta un máximo de dieciocho créditos en total.

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

PLAZO DE SOLICITUD

CUALQUIER ASIGNATURA
Hasta el día 22 de noviembre de 2013
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE Y ASIGNATURAS ANUALES
Desde el 14 de enero hasta el 11 de abril de 2014

PLAZOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIAS EXTRAORDINARIAS:

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE DICIEMBRE

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

Diplomado en Turismo: Del 4 al 8 de noviembre de 2013

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

Graduado en Turismo: Del 4 al 8 de noviembre de 2013.

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

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 4 al 8 de noviembre de 2013.

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

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE FEBRERO

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

Diplomado en Turismo: Del 8 al 14 de enero de 2014.

Graduado en Turismo: Del 8 al 14 de enero de 2014.

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 8 al 14 de enero de 2014.

◆ CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JUNIO

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

Diplomado en Turismo: Del 19 al 23 de mayo de 2014.

Graduado en Turismo: Del 19 al 23 de mayo de 2014.

Master en Dirección y planificación del Turismo: Del 19 al 23 de mayo de 2014.

CALENDARIO DOCENTE CURSO 2013/2014

GRADUADO EN TURISMO

PRIMER SEMESTRE:

ACTO DE BIENVENIDA: JUEVES 26 DE SEPTIEMBRE.

Periodo de clases:

Del 30 de septiembre al 20 de diciembre de 2013 (corte de clases en Navidad) y del 8 al 24 de enero de 2014.

Periodo de exámenes:

Del 28 de enero al 14 de febrero de 2014 (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 17 de febrero al 6 de junio de 2014, excepto Semana Santa (11 de abril al 21 de abril).
Cuarto curso: del 17 de febrero al 30 de abril de 2014.

Periodo de exámenes: *

Del 9 de junio al 4 de julio de 2014 (ambos inclusive), excepto para las asignaturas de cuarto curso que será del 5 al 9 de mayo de 2014.

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

EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE:

Del 1 al 19 septiembre de 2014 (ambos inclusive).

PERIODOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Convocatoria extraordinaria de fin de estudios (diciembre): Del 4 al 8 de noviembre de 2013.

Convocatoria extraordinaria (febrero): Del 8 al 14 de enero de 2014.

Convocatoria extraordinaria (junio): Del 19 al 23 de mayo de 2014.

DÍAS NO LECTIVOS:

Además de las fiestas locales y nacionales:

- 27 de enero de 2014. Por la festividad de Santo Tomás de Aquino.
- 27 de febrero de 2014. Patrón del Centro.
- 2 de mayo de 2014.

DIPLOMADO EN TURISMO

CALENDARIO DE EXÁMENES.

1. Convocatoria ordinaria de las asignaturas del primer cuatrimestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre:
 - Del 28 de enero al 14 de febrero de 2014 (ambos incluidos).
2. Convocatoria ordinaria de las asignaturas anuales y del segundo cuatrimestre y convocatoria extraordinaria de las asignaturas del primer cuatrimestre:
 - Del 9 de junio al 4 de julio de 2014 (ambos inclusive)
3. EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE:
 - Del 1 al 19 septiembre de 2014 (ambos inclusive).

ASIGNATURA PRÁCTICAS DE TURISMO.

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

PERIODOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Convocatoria extraordinaria de fin de estudios (diciembre): Del 4 al 8 de noviembre de 2013.

Convocatoria extraordinaria (febrero): Del 8 al 14 de enero de 2014.

Convocatoria extraordinaria (junio): Del 19 al 23 de mayo de 2014.

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

PRIMER SEMESTRE

Periodo de clases

Del 21 de octubre de 2013 al 17 de enero de 2014.

Periodo de exámenes

Del 20 de enero al 1 de febrero de 2014

SEGUNDO SEMESTRE

Periodo de clases

Del 03 de febrero de 2014 al 23 de mayo 2014

Periodo de exámenes

Del 29 de mayo al 8 de julio de 2014

EXÁMENES CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE

Del día 1 al 18 de septiembre de 2014.

PERIODOS DE SOLICITUD DE CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Convocatoria extraordinaria de fin de estudios (diciembre): Del 4 al 8 de noviembre de 2013.

Convocatoria extraordinaria (febrero): Del 8 al 14 de enero de 2014.

Convocatoria extraordinaria (junio): Del 19 al 23 de mayo de 2014.

DÍAS NO LECTIVOS

Además de las fiestas locales y nacionales:

- 27 de enero de 2014. Por la festividad de Santo Tomás de Aquino.
- 27 de febrero de 2014. Patrón del Centro.
- 2 de mayo de 2014

PROGRAMAS DE INTERCAMBIO (MOVILIDAD ESTUDIANTIL)

ERASMUS

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

Fax: 952 133 263 / 952 132 092

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

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

IDIOMA ALEMÁN (GERMAN LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	CIUDAD - PAIS (COUNTRY)
University of Applied Sciences Krems	A KREMS03	Krem Austria
Hochschule Bremen, University of Applied Sciences	D BREMEN04	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
Yeditepe University	TR ISTANBU21	Eslovenia Istanbul
University College Birmingham	UK BIRMING04	Turquía Birmingham
University of Lincoln	UK LINCOLN05	Reino Unido Lincoln
Southampton Solent University	UK SOUTHAM04	Reino Unido Southampton
University Of Applied Sciences, Haaga-Helia	SF HELSINK40	Reino Unido Reino Unido
University of Business	PL WROCLAW 04	Porvoo Finlandia
University of Pannonia, Faculty of Business and Economics	HU VESZPRE01	Wroclaw Polonia
University of Life Sciences	PL WARSZAW05	Veszprem Hungria
Joseph Pilsudski University of Physical Education - Faculty of Tourism and Recreation	PL WARSZAW12	Warsaw Polonia
IDIOMA ITALIANO (ITALIAN LANGUAGE)	CÓDIGO ERASMUS (ERASMUS CODE)	CIUDAD - PAIS (COUNTRY)
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 finalizaría el siguiente día hábil.

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

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

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

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

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

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

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

60 créditos por curso completo

30 créditos por semestre o cuatrimestre

20 créditos por trimestre

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 (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, 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>

DIPLOMADO EN TURISMO

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

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

CAPÍTULO I. NORMAS GENERALES

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

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

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

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

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

CAPITULO II. PRÁCTICAS EN EMPRESAS

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

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

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

CAPÍTULO III. TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO V. OTRAS ACTIVIDADES A. CURSOS Y SEMINARIOS

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

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

3) Se reconocerá un máximo de 8 créditos

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

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

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

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

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

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

B. IDIOMAS.

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

A. Estudios realizados en la Escuela Oficial de Idiomas:

a) 5 créditos por cada 120 horas superadas.

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

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

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

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

* Será requisito necesario el haber obtenido la certificación de suficiencia

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

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

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

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

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

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

C. ACTIVIDADES DEPORTIVAS.

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

D. PRESTACIONES DE INTERÉS SOCIAL.

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

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

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

F. ACTIVIDADES DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL.

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

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

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

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

ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

DIPLOMADO EN TURISMO (a extinguir)

PRIMER CURSO

Extinguido.

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

◆ **Opciones de idiomas.**

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

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

SEGUNDO CURSO

Extinguido.

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

OPTATIVAS CRÉDITOS TEMPORALIDAD

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

Asignaturas optativas:

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

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

TERCER CURSO

(Sin Docencia, los alumnos matriculados en el curso académico 2013/2014 solo tienen derecho a examen).

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

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

Libre configuración "ad hoc"

Tecnologías de los alimentos y gastronomía Italiano	12	Anual
	9	Anual

Asignaturas optativas:

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

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

Asignaturas de libre configuración:

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

PROGRAMA ACADÉMICO
DIPLOMADO EN TURISMO



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

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

Específicamente se persiguen los siguientes objetivos concretos:

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

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

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

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

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

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

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

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

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

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

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



BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

METODOLOGÍAS

Asignatura sin docencia presencial, con apoyo de un espacio virtual en la plataforma Moodle, Campus Virtual de la Universidad de Málaga.

EVALUACIONES

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

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

No se realizarán actividades académicas complementarias.



Titulación: Diplomado en Turismo
Ciclo: Primer ciclo
Curso: Tercero

Asignatura: 302 (4572) Marketing turístico

Titulación: Diplomado en Turismo

Créditos teóricos: 4,5 **Horas teoría:** 45

Créditos prácticos: 1,5 **Horas prácticas:** 15 **Duración:** 1º Cuatr.

Área: (95A) COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

OBJETIVOS GENERALES:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO:

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

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

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

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

Lección 3ª LA CALIDAD COMO OBJETIVO ESTRATÉGICO DEL MARKETING TURÍSTICO

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

Lección 4ª LA VARIABLE PRECIO Y LAS CONDICIONES DE VENTA

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

Lección 5ª LA DISTRIBUCIÓN EN EL TURISMO

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

Lección 6ª ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

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

Lección 7ª ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. El mix de la comunicación en los productos turísticos.
2. La publicidad y los productos turísticos.



3. Promoción de los productos turísticos.
4. El marketing directo en el sector turístico
5. Otros instrumentos en la comunicación turística.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

METODOLOGÍAS

No se imparte docencia

EVALUACIONES

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



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

OBJETIVOS GENERALES:

Realización de prácticas en empresas e instituciones del sector turístico

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

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

METODOLOGÍAS

REQUISITOS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS:

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

EVALUACIONES

1) Modalidad 1:

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

2) Modalidad 2:

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

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



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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª NOCIONES GENERALES SOBRE EL DERECHO ADMINISTRATIVO.

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

Lección 2ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA I

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

Lección 3ª LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TURÍSTICA II.

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

Lección 4ª LA ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA Y ACTO ADMINISTRATIVO

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

Lección 5ª EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

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

Lección 6ª LOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.

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

SEGUNDA PARTE

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

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

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

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

Lección 9ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE.

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

Lección 10ª ACTIVIDAD TURÍSTICA Y PATRIMONIO HISTÓRICO _ ARTÍSTICO

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



BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, CARMEN Derecho Administrativo del Turismo Marcial Pons

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

Junta de Andalucía, Secretaría General Técnica Legislación turística de Andalucía. Secretaría General Técnica. Servicio de Información y Documentación, Estudios y Publicaciones. Centro de Documentación y Publicaciones 2011

PARADA VÁZQUEZ, J. R. : Derecho Administrativo. Edit.Marcial Pons. Marcial Pons 2012

METODOLOGÍAS

Asignatura a extinguir en curso 2013 - 2014.

Sin docencia hasta su extinción y con solo derecho a examen.

EVALUACIONES

La evaluación consistirá en un examen teórico sobre todo el temario de la asignatura.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

No se realizarán actividades complementarias al tratarse de una asignatura sin docencia.



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

Competencias:

Competencias transversales/genéricas:

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

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

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

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de gestión de la información

Capacidad o motivación por la calidad

Competencias específicas:

-Cognitivas (saber)

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

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

-Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

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

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

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

-Actitudinales (Ser):

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

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

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

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

Descubrir intereses profesionales relacionados con el ámbito del turismo.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

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

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ÁLVARES SOUSA, A.: El ocio turístico en las sociedades industrializadas avanzadas. Bosh. 1994
- ÁLVARO, J.L.; GARRIDO, A. Y TORREGROSA, J.R. Psicología social aplicada. Mc Graw Hill 1996
- ARGYLE, M.: Psicología de la felicidad. Alianza 1987



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



METODOLOGÍAS

Temas colgados en la plataforma virtual de la asignatura.

EVALUACIONES

Se realizará un examen de alternativa múltiple con tres opciones de respuesta y compuesto por 30 ítems. Las preguntas irán referidas a la teoría (20 ítems) y a las prácticas (10 ítems) de la asignatura. La teoría está colgada en la plataforma virtual de la asignatura. Las prácticas de los temas 1 y 3 se encuentran en reprografía de la Facultad de Turismo. La práctica del tema 5 está en la plataforma virtual de la asignatura.

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

La fórmula para la corrección del examen es:

$\text{aciertos} - (\text{errores} / 2)$

BAREMO DE CALIFICACIONES

Suspenso: puntuación de 0 a 4.9

Aprobado: puntuación de 5 a 6.9

Notable: puntuación de 7 a 8.9

Sobresaliente: puntuación de 9 a 10 puntos

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

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



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

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

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

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Temario

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

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

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

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

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ÁLVAREZ SOUZA, A. El ocio turístico en las sociedades avanzadas. Bosch Turismo, 1994
- APOSTOLOPOULOS, Y. The sociology of tourism : theoretical and empirical investigations. Routledge, 2002
- BECK, U. La sociedad del riesgo global. Siglo XXI, 2002



- BECK, U. ¿Qué es la globalización? Paidós, 1998
- BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Alianza, 1994
- BELL, D. El advenimiento de la sociedad post-industrial. Alianza, 1989
- CASTELLANOS ORTEGA, M.L. Los nuevos braceros del ocio : sonrisas, cuerpos flexibles e identidad de empresas en el sector turístico Miño y Dávila, 2006
- CASTELLS, M. La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Alianza, 1998
- CASTELLS, M. La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza & Janés, 2002
- COHEN, E. Contemporary Tourism. Diversity and Change Elsevier, 2004
- COHEN, E. "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings", en Annual Review of Sociology, nº10, pg. 373-392 1984
- COHEN, E. "Who is a tourist? A conceptual clarification", en Sociological Review, nº 22 (4), pg. 527-555 1974
- COMISIÓN EUROPEA E2005, una sociedad de la información para todos. Unión Europea, 2002
- COMISIÓN EUROPEA The europeans on holidays. 1998
- DANN, G.; COHEN, E. "Sociology and Tourism", en Annals of Tourism Research, nº 18, pg. 155-169 1991
- DÍAZ MARTÍNEZ, J.A., MARTÍNEZ QUINTANA, M.V. Sociología del Turismo. UNED, 2003
- FLECHA, R., GÓMEZ, J., PUIGVERT, L. Teoría sociológica contemporánea. Paidós, 2001
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS : El turismo en España durante 2004. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, 2004
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS : Familitur, IET, (años 1999 a 2004). 2004
- JAFARI, J. "The tourist system", The Social and Cultural Impact of International Tourism. CNRS-Paris. 1986
- JAFARI, J. "Tourism models: the sociocultural aspects", Tourism Management, 8. 1987
- JAFARI, J. (ed) Enciclopedia del turismo. Síntesis, 2002
- MACCANNELL, D. El turista: Nueva teoría de la clase ociosa. Editorial Melusina, 2003
- MACIONIS, J., PLUMMER, K. Sociología. Pearson-Prentice Hall, 2007
- MARTINEZ QUINTANA, V. Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw Hill, 2006
- MAZÓN, T. Sociología del turismo. Centro de Estudios Ramón Areces, 2001
- OMT Impact of European Union enlargement on tourism development in Europe, Vilnius, Lithuania 1-2 march 2006
- OMT Incidencia de la subida del precio del petróleo sobre el turismo internacional. OMT, 2006
- OMT Introducción al turismo. Egraf-OMT, 1998
- OMT Tendencias de los mercados turísticos : panorama mundial y actualidad del turismo. OMT, 2006
- OMT Tourism development in Europe : Tourism : a tool for sustainable development in transition economies, Belgrade, Serbia and Montenegro 20-21 june 2005
- PEARCE, P.L. "Tourists and Their Hosts: Some sociological and Psychological Effects of Intercultural Contact" 1981
- PIN ARBOLEDAS, J et al. Libro blanco sobre las mejores prácticas para la integración del trabajador inmigrante en las empresas españolas. IESE Business School - Universidad de Navarra.
- RUBIO GIL, A. Los recursos humanos en el sector turístico español: organización del trabajo y empleo. Ariel, 2001
- RUBIO GIL, A. (coord) Sociología del turismo. Ariel, 2003
- RYAN, C., PAGE, S (ed) Tourism Management. Towards the New Millenium. Pergamon-Massey University,
- SASSEN, S. Una sociología de la globalización. Katz, 2002
- SMITH, V. Anfitriones e invitados : antropología del turismo. Endymion, 1992
- TOURAINÉ, A. ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. PPU, 1997
- TUDURÍ, C. Turismo responsable. 30 propuestas de viaje. Alhema Media, 2007
- TURNER, L.; ASH, J. La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Endymion, 1991
- VALLS, R., OLIVER, E. Violencia de género. Estudios sobre sus causas y como prevenirlo. El Roure, 2004
- VAN DEN BERGHE "Tourism and the ethnic division of labor", en Annals of Tourism Research 1992
- VEBLEN, TH. Teoría de la clase ociosa. Fondo de Cultura Económica, 2002
- VV.AA. - CONGRESO UNIJES Desafíos y compromisos del turismo: hacia una visión mas humana. Universidad de Deusto, 2007



METODOLOGÍAS

Asignatura ofertada sin docencia

EVALUACIONES

Un examen de los contenidos del programa.

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



Titulación: Diplomado en Turismo
Ciclo: Primer ciclo
Curso: Tercero

Asignatura: 307 (4584) Administración de recursos humanos en el sector turístico

Titulación: Diplomado en Turismo

Créditos teóricos: 3 **Horas teoría:** 30
Créditos prácticos: 1,5 **Horas prácticas:** 15 **Duración:** 2º Cuatr.

Área: (650A) ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVOS GENERALES:

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

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

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

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

Lección 2ª LA PLANIFICACIÓN Y PROVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

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

Lección 3ª INCORPORACIÓN Y GESTIÓN DE CARRERA PROFESIONAL:

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

Lección 4ª LA FORMACIÓN:

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

Lección 5ª LA EVALUACIÓN DEL PERSONAL:

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

Lección 6ª VALORACIÓN DE TAREAS:

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



6.Método de valoración por puntos.

Lección 7ª ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS:

1.El salario: definición y contenido.

2.Tipos de incentivos.

3.Factores a considerar en la determinación de salarios.

4.Marco legal regulador de los niveles retributivos.

Lección 8ª EL CONTROL Y LAS ESTADÍSTICAS DE PERSONAL:

1.El control de la gestión de los recursos humanos.

2.Control de las remuneraciones.

3.Control de presencia y desplazamientos.

4.Control de la formación.

Lección 9ª GESTIÓN ACTUAL DE LOS RECURSOS HUMANOS:

1.Gestión estratégica de los recursos humanos.

2.Gestión flexible de los recursos humanos.

3.Gestión de calidad a través de los recursos humanos.

4.Gestión internacional de los recursos humanos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

ARROYO, L.M.: La carrera administrativa de los funcionarios públicos. , Tirant lo Blanch 0

BARRANCO, J.B.: Planificación estratégica de los recursos humanos. Del Marketing interno a la planificación. , Pirámide 1993

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA: 0

BYARS, LL. y RUE, L.: Administración de recursos humanos. Irwin, 4ª edic., , 1996

CHIAVENATO, I. : Administración de recursos humanos. , 5ª edic., Santafé de Bogotá, Edit. McGraw-Hill 1999

CLAVER, E., GASCÓ, J.L. Y TAVERNER, J.: Los recursos humanos en la empresa: un enfoque 0

DESSLER, G. : Administración de personal. , 4ª edic. México, Edit. Prentice Hall 1991

FERNÁNDEZ RÍOS, M.: Análisis y descripción de puestos de trabajo. Díaz de Santos, , 1995

GASPAR GONZÁLEZ A.I. Y MARTÍN ROJO I Administración de recursos humanos en las empresas turísticas. Pirámide 2009

LAPIERRE, C. : Valoración de puestos de trabajo. Edit. Deusto, Bilbao, 3ª edic. 1966

LLOYD, L. y LESLIE, W.: Gestión de recursos humanos. IRWIN, , 1995

LOUART, P.: Gestión de los recursos humanos. Eyrolles, París, 1994

MARTÍN ROJO, I: _Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. . 3ª EDICIÓN, 2004

MARTIN ROJO,I; GASPAR , A.I.: Administracion de recursos humanos en las empresas turísticas.Piramide.2009.

MILKOVICH, G. y BOUDREAU, J.: Dirección y administración de recursos humanos. , Wilmington, Delaware, U.S.A., Addison-Wesley 1994

MONDY, R. W. y NOE, R. M.: Administración de recursos humanos. , México, Prentice-Hall 1997

PUCHOL, L.: Dirección y gestión de recursos humanos. Díaz de Santos, , 1997

RECIO FIGUEIRAS, E.M.: La planificación de los recursos humanos en la empresa. , Hispano Europea 1980

VALLE CABRERA, R: La gestión estratégica de los recursos humanos. , Wilmington, Delaware E.U.A., Addison-Wesley 1995

WERTHER, W. y DAVIS, K.: Administración de personal y recursos humanos. , México, Edit. Mc.Graw-Hill 1995

, 1994

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ALCAIDE, M; GONZÁLEZ, M. y FLOREZ, I: Mercado de trabajo, reclutamiento y formación en España. , Pirámide 1996

directivo. Edit. Civitas, , 1995

DOLAN, S.; SCHULER, R. S. y VALLE, R.: La gestión de los recursos humanos. , McGraw-Hill 1999

Fé de Bogotá. 1994

GÓMEZ-MEJÍA, L.R; BALKIN, D.B Y CARDY, R.L: Gestión de recursos humanos. , Prentice-Hall 1997

McCONNELL, C.R Y BRUE, S.L: Economía laboral. . , McGraw-Hill 1997

ORDOÑEZ ORDONEZ, M.: La nueva gestión de los recursos humanos. , Edit. Gestión 2000 y Aedipe 1995



PEÑA BAZTÁN, M.: Dirección de personal. Organización y técnicas. , 6ª edic. , Edit. Hispano Europea 1993

VARGAS MUÑOZ, N. R. : Administración moderna de sueldos y salarios. , Santa Edit. McGraw-Hill 0

METODOLOGÍAS

No se impartirá docencia

EVALUACIONES

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



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

Objetivos particulares:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª LOS RECURSOS GEOFÍSICOS Y GEOCULTURALES DE ANDALUCÍA.

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

Lección 2ª ASPECTOS SECTORIALES DEL TURISMO EN ANDALUCÍA.

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

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

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

Lección 4ª EL TURISMO URBANO.

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

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

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



5.6. La distribución geográfica del turismo rural en Andalucía.

5.7. El turismo en la alta montaña. El esquí.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- ANALISTAS ECONÓMICOS: Informe anual del turismo en Andalucía, año 2005. Consej. de Turismo, Comercio y Deporte (Junta de Andalucía) y Fundación Unicaja. 2006
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: El turismo en los parques naturales de Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1996
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: Estudio sobre el turismo cinegético en Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1994
- CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS ANDALUCES: Informe sobre el turismo ecuestre en Andalucía. Dirección General de Turismo (Junta de Andalucía). 1996
- DIPUTACIÓN PROV. DE MÁLAGA: El turismo de interior en Málaga. Diputación provincial de Málaga. 2001
- DIPUTACIÓN PROV. DE SEVILLA: El Turismo en la provincia de Sevilla. Diputación provincial de Sevilla. 1999
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): PLAN SENDA: Desarrollo de un sistema turístico sostenible y compatible integrado en el espacio rural andaluz. Direc. General de Planificación Turística. Consejería de Turismo y Deporte. 2000
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo residencial en Andalucía. Consej. de Turismo Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2001
- DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA (JUNTA DE ANDALUCÍA): Turismo de reuniones en Andalucía: congresos, convenciones e incentivos. . Dirección General de Planificación Turística. Consej. de Turismo Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2000
- EDITORIAL PLANETA: Aerogüía del litoral de Andalucía. 2 vol. Editorial Planeta. 1998
- ESCORZA DOBLAS, F.: El turismo de golf en la Costa del Sol. Análisis Geográfico. Diputación provincial de Málaga. Col. Biblioteca popular malagueña. 2001
- FORONDA ROBLES, C.: Oportunidades y desafíos de las actividades emergentes. El turismo en la provincia de Sevilla . Diputación de Sevilla. Patronato provincial de Turismo. 1999
- FUENTES GARCÍA, R. y GARCÍA MESA, J.M.: Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga. Centro de Ediciones de la Diputación provincial de Málaga. 1996
- FUNDACIÓN UNICAJA: Deporte y economía: una cuantificación de la demanda deportiva en Andalucía. Fundación Unicaja. 2002
- GABILONDO GARCÍA DEL BARCO, E.: "Turismo y medio ambiente en la provincia de Málaga: evolución y perspectivas", en El sector turístico en la provincia de Málaga. 1996
- GALACHO JIMÉNEZ, F. B.: Urbanismo y turismo en la Costa del Sol. Departamento de Geografía. Universidad de Málaga. 1996
- LÓPEZ ONTIVEROS, A.: Caza y explotación cinegética en Córdoba y Jaén. IARA 1990
- LÓPEZ ONTIVEROS, A.: "Recursos cinegéticos y desarrollo", en Desarrollo local y medio ambiente en zonas desfavorecidas. Ministerio de Obras Publicas y Transportes. 1992
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. (Coord.): Geografía de Andalucía. Ariel. 2003
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. y GARCÍA BERDUGO, F.: "Actividad cinegética y turismo en España", en Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. A.G.E. 1986
- LÓPEZ ONTIVEROS, A. y VALLE BUENESTADO, B.: "Implicaciones agrarias del turismo cinegético español", IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. 1987
- MARCHENA GÓMEZ, M.: "Desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico", en Parques naturales andaluces: conservación y cultura. Junta de Andalucía. 1996
- MARCHENA GÓMEZ, M.: Turismo y territorio en Andalucía. Junta de Andalucía. 1987
- MARCHENA GÓMEZ, M. (coord): Ocio y turismo en los parques naturales andaluces. Junta de Andalucía. 1992
- MARÍN COST, P. : "El desarrollo urbano en los municipios turísticos de la Costa del Sol", en El sector turístico en la provincia de Málaga , pp. 33-51. Excm. Diputación Prov. y Colegio de Economistas de Málaga. 1995
- MARISCAL GALEANO, Adela: Mercado de trabajo y turismo en Andalucía. Consej. de Turismo Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2005
- MULERO MENDIGORRI, A. : Espacios rurales de ocio. Significado general y análisis en la Sierra Morena Cordobesa. MAPA. 1995
- SAETA Balances turísticos provinciales. Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2007 Se Puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: Balance del año turístico (año 2006). Consej. de Turismo, Comercio y Deporte (Junta de Andalucía). 2007 Descargar desde La web de la Consejería
- SAETA: "Boletín de Indicadores turísticos de Andalucía". Publicación trimestral. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía. Se puede descargar desde la web de la Consejería
- SAETA: "El turismo cultural en Andalucía". Congreso internacional para el desarrollo turístico integral de ciudades monumentales. 2002
- SAETA: "Informe mensual de coyuntura turística". Publicación mensual. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Junta de Andalucía. Se puede descargar desde la web de la Consejería



SAETA: La demanda de turismo cultural en Andalucía . (2003). Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2004 Se puede descargar desde la web de la Consejería

SAETA: La demanda de turismo rural en Andalucía . (2003). Consej. de Turismo, Comercio y Deportes (Junta de Andalucía). 2004 Se puede descargar desde la web de la Consejería

SAETA: Turismo y empleo en Andalucía. Una interpretación del cambio en la productividad del sector de la hostelería. Rev. "Estudios Turísticos", nº 133. Inst. Est. Turísticos. 1997

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

WEBS DE INTERÉS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

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

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

CRITERIOS DE CORRECCIÓN:

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

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:



Titulación: Diplomado en Turismo
Ciclo: Primer ciclo
Curso: Tercero

Asignatura: 813 (4592) Técnicas de animación turística

Titulación: Diplomado en Turismo

Créditos teóricos: 3 **Horas teoría:** 30

Créditos prácticos: 1,5 **Horas prácticas:** 15 **Duración:** 1º Cuatr.

Área: (740A) PSICOLOGÍA SOCIAL

OBJETIVOS GENERALES:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Tema 1.- Fundamentos de la animación turística

Tema 2.- Perfil y funciones del animador turístico

Tema 3.- Factores y determinantes claves en el proceso de animación turística

Tema 4.- Las actividades de animación turística: Programas y proyectos

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

METODOLOGÍAS

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

Trabajo individual.

Obligatorio. Realización de un programa de animación turística basado en las indicaciones del tema 4 [Punto 3. Programas de AT] de la asignatura.

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

Opcional. Realización de un proyecto de animación turística, siguiendo las indicaciones del tema 4 [POunto 4. Proyectos de AT] de la asignatura.

EVALUACIONES

PARTE TEORICA (60% de la nota final).

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



Prueba objetiva = (A-E/2) (base 6)

A (aciertos); E (errores).

PARTE PRACTICA (40% de la nota final)

Dos trabajos individuales:

1. Obligatorio: Entrega de un programa de animación turística en formato ppt. (30% de la nota final) [Siguiendo las indicaciones del tema 4, punto 3 Programas de AT]. Enviar por correo electrónico a: mapelaez@uma.es.

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

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

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

mapelaez@uma.es.

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

Los trabajos se evaluarán de acuerdo a los siguientes criterios:

-Organización y calidad de los contenidos

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

-Justificación de los métodos y técnicas utilizados.

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

BAREMO DE CALIFICACIONES

Suspenso: puntuación de 0 a 4.9

Aprobado: puntuación de 5 a 6.9

Notable: puntuación de 7 a 8.9

Sobresaliente: puntuación de 9 a 10 puntos

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

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



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: 7 bloques.

Lección 1ª FUENTES DE FINANCIACIÓN

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

Lección 2ª. INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS FINANCIEROS CLÁSICOS

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

Lección 3ª. RECURSOS FINANCIEROS A CORTO PLAZO I

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

Lección 4ª. RECURSOS FINANCIEROS A CORTO PLAZO II

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

Lección 5ª. CUENTAS CORRIENTES

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



Lección 6ª. INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE RENTAS

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

Lección 7ª. RECURSOS FINANCIEROS A LARGO PLAZO

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

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

Antich, J.; Moya, M. Gestión Financiera. Ed. para técnicos en empresas turísticas. Editorial Síntesis.

De Pablo, A. Valoración financiera. Ramón Areces 2002

Figuerola, M. Economía para la gestión de empresas turísticas. Ramón Areces

EVALUACIONES

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



Titulación: Diplomado en Turismo
Ciclo: Primer ciclo
Curso: Tercero

Asignatura: 816 (4596) Régimen fiscal del turismo

Titulación: Diplomado en Turismo

Créditos teóricos: 3 **Horas teoría:** 30

Créditos prácticos: 1,5 **Horas prácticas:** 15 **Duración:** 1º Cuatr.

Área: (225A) ECONOMÍA APLICADA. Dep.:ECONOMÍA APLICADA (HACIENDA PÚBLICA)

OBJETIVOS GENERALES:

Asignatura sin docencia.

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

TEMA 1. Principios generales del Sistema Tributario Español.

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

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

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

TEMA 3. Impuesto sobre el Patrimonio.

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

TEMA 4. Impuesto sobre Sociedades.

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

TEMA 5. Impuesto sobre el Valor Añadido.

- 5.1. Introducción y características básicas.
- 5.2. Hecho imponible.



- 5.3. Esquema básico de liquidación.
 - 5.4. Operaciones no sujetas y exenciones.
 - 5.5. Lugar de realización del hecho imponible.
 - 5.6. Sujeto pasivo. Devengo
 - 5.7. Base imponible. Modificación de la base imponible.
 - 5.8. Tipos impositivos.
 - 5.9. Deducciones.
 - 5.10. Regla de prorrata y sectores diferenciados.
 - 5.11. Tráfico internacional.
 - 5.12. Régimen especial de las agencias de viajes.
- TEMA 6. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- 6.1. Introducción.
 - 6.2. Transmisiones patrimoniales onerosas.
 - 6.3. Operaciones societarias.
 - 6.4. Actos jurídicos documentados.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

Carmina Ordoñez de Haro y Carlos Ruiz Merino.

Diversos autores.

EDITORIAL DEUSTO.

Editorial Francis Lefebvre.

Francisco Poveda Blanco.

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

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

METODOLOGÍAS

Se trata de una asignatura del plan de estudios a extinguir y por tanto sin docencia, por lo que su preparación se realizará utilizando el material alojado por los profesores al campus virtual y con ayuda de la bibliografía recomendada.

EVALUACIONES

Se realizará un examen final relativo a los temas teóricos del programa.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS:

No existen por tratarse de una asignatura del plan de estudios a extinguir y por tanto sin docencia.



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

Lección 1ª INTRODUCCIÓN A INTERNET. SERVICIOS OFRECIDOS POR INTERNET

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

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

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

Lección 3ª DISEÑO DE SITIOS WEB DE CONTENIDO TURÍSTICO

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

Lección 4ª CONSTRUCCIÓN DE SITIOS WEB

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

- a. Creación de una página web personal
- b. Creación de un sitio web turístico

Lección 5ª PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB EN INTERNET

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



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

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

METODOLOGÍAS

Es una asignatura sin docencia.

EVALUACIONES

TIPO Y NÚMERO DE PRUEBAS:

Tipo de pruebas

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

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

Número de pruebas.

Un examen al finalizar el cuatrimestre

CRITERIOS DE CORRECCIÓN :

Criterios para su evaluación.

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

Componentes de la calificación final del alumno.

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



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

OBJETIVOS GENERALES:

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

CONTENIDO:

BLOQUE TEMÁTICO: Nombre Bloque Temático

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

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

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

METODOLOGÍAS

No hay clases presenciales

EVALUACIONES

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

GRADUADO EN TURISMO

ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

Introducción a la estadística	OB-MB	6	Estadística	Formación básica en ciencias Económicas, Empresariales y Turismo	Economía Aplicada (Estadística y Econometría)
-------------------------------	-------	---	-------------	--	---

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
SEGUNDO CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Indicadores económicos del turismo	OB-UMA	6	Indicadores económicos del turismo	Materias Obligatorias de Universidad: Indicadores económicos del turismo	Economía Aplicada (Estructura Económica)
Gestión de bases de datos del turismo	OB-UMA	6	Herramientas Informáticas para el Análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Materias Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas	Lenguajes y Ciencias de la Computación
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

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

SEGUNDO CURSO (SEGUNDO SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
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

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

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
TERCER CURSO (PRIMER SEMESTRE)					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
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	Módulo de créditos Comunes: Derecho Aplicado al Sector Turístico.	Derecho Público

			sector turístico		
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 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

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

GRADO EN TURISMO					
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS					
CUARTO CURSO (PRIMER SEMESTRE).					
Denominación de la Asignatura	Carácter	Créditos	Materia	Módulo	Departamento encargado de la docencia
Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos	OP	9	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Economía y Administración de Empresas

Marketing para empresas y productos turísticos	OP	9	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Economía y Administración de Empresas
Contabilidad de gestión de empresas turísticas	OP	6	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Contabilidad y Gestión
Legislación laboral en el sector turístico	OP	6	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas	Modulo de Formación Complementaria	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
Tecnologías Web aplicadas al turismo	OP	9	Formación complementaria a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) aplicadas al turismo	Modulo de Formación Complementaria	Lenguajes y Ciencias de la Computación
Gestión del territorio en destinos turísticos	OP	9	Formación Complementaria al Análisis Territorial del Turismo	Modulo de Formación Complementaria	Geografía
Inglés aplicado a la gestión de 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

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

GUIA DOCENTE DE LAS ASIGNATURAS

GRADUADO EN TURISMO



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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. Africa 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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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 2 Transport
- Módulo 3 Accommodation
- Módulo 4 Attractions



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.



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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





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.



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 Presenciales

Actividades expositivas

Lección magistral



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.



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 GRADY, K.; Worth Publishers; 2010; Second edition, www.worthpublishers.com/krugmanwellsolney
- Fundamentos de Economía; KRUGMAN, P. WELLS, R. y GRADY, K.; Reverté; 2013; 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 (WTTCC)
- Introducción a la Economía para el Turismo. Casos prácticos y ejercicios; B.2. CASTEJON, R. y otros; Prentice-Hall; 2003
- 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.



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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.



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.



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.



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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



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:

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



b) Una prueba práctica que representa un 50% de la calificación final en la que se deberán resolver 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. Practices, issues and transformations; 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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

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

Contenidos lingüísticos

- 1.1. Características generales de la lengua alemana
- 1.2. Morfología y sintaxis del grupo nominal
 - 1.2.1 Género y número : Artículo, sustantivo, adjetivo
 - 1.2.2 Declinación (nominativo, acusativo, dativo): El artículo y el sustantivo
 - 1.2.3 El pronombre: personal, posesivo, determinado, interrogativo, impersonal
 - 1.2.4 Las preposiciones
- 1.4. Morfología y sintaxis del grupo verbal
 - 1.4.1 El verbo I (presente de indicativo)
 - 1.4.2 El verbo II (imperativo)



- 1.4.3 El verbo III (el futuro)
- 1.4.5. El verbo IV (los verbos modales)
- 1.4.5 La negación: Nein, nicht, kein-
- 1.5. Sintaxis de la oración
- 1.5.1 El orden de los elementos

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

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

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:



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. Niedecken: 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"/>

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 45

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 90

TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 15



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción

Horas

Grupo grande Grupos reducidos

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



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 A.1 y los



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):



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

EQUIPO DOCENTE

Departamento: HISTORIA DEL ARTE

Área: HISTORIA DEL ARTE

Nombre y Apellidos	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
Coordinador/a: EDUARDO ASEÑO RUBIO	ear@uma.es	952132209	F-4 - FAC. DE FILOS. Y LETRAS	
EVA MARIA RAMOS FRENDÓ	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



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



- ; 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



- * 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

- | | |
|------|---|
| 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 |
| 1.35 | Conocer y aplicar los conceptos básicos de la estadística |

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.



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.



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 Administración 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)
 Introducción 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
 Introducción 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	<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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción

Horas

Grupo grande Grupos reducidos

TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

EQUIPO DOCENTE

Departamento: DERECHO CIVIL, DERECHO ECLESIAÍSTICO 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.u ma.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



II. LA NORMA JURÍDICA.

1. Concepto y estructura.
2. Clases de normas jurídicas.
3. Eficacia de la norma jurídica. La infracción de la norma jurídica.

III. EL SUJETO DE DERECHO.

1. Persona física y persona jurídica. Los estados civiles.
2. La capacidad de la persona física. Menores e incapaces.
3. Las clases de personas jurídicas. Especial referencia a la sociedad.
4. La representación.

IV. EL CONTRATO.

1. Concepto de contrato.
2. Contratos de adhesión. El concepto de consumidor y usuario.
3. Fase de elaboración del contrato: La oferta de contrato. Información y publicidad.
4. El nacimiento del contrato. Requisitos. Contrato y documento. El deber de documentar el contrato.
5. Contenido del contrato. Límites a la voluntad de los contratantes. Las llamadas cláusulas abusivas.

V. CUMPLIMIENTO E INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

1. La eficacia obligatoria del contrato. El desistimiento unilateral y el mutuo disenso.
2. Las garantías.
3. El incumplimiento del contrato. La responsabilidad contractual:
 - Acción de cumplimiento.
 - Resolución del contrato.
 - Indemnización de daños y perjuicios.
 - La exoneración del deudor: caso fortuito y fuerza mayor.

VI. LOS CONFLICTOS ENTRE PARTICULARES.

1. Los modos de solución de conflictos: judiciales y extrajudiciales.
2. El arbitraje.
3. La solución judicial de los conflictos: Nociones sobre el proceso civil. El sistema de recursos.

VII. LA RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL.

1. Concepto y regulación jurídica.
2. Supuestos legales.
3. La responsabilidad civil del empresario.

VIII. TIPOS CONTRACTUALES BÁSICOS.

1. Contrato de compraventa.
2. Contrato de obra y de arrendamiento de servicios.
3. Contrato de depósito.
4. Contrato de mandato.
5. Contrato de préstamo.
6. Contrato de aparcamiento de vehículos.

IX. EL RÉGIMEN JURÍDICO DEL APROVECHAMIENTO POR TURNO DE BIENES INMUEBLES.



1. Introducción.
2. Constitución y duración del régimen.
3. Condiciones de promoción y transmisión.
4. Incumplimiento de servicios y acción de cesación.

X. EL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO.

1. Ámbito de aplicación.
2. Obligaciones a cumplir por el organizador o detallista.
3. Derechos del consumidor de un viaje combinado.
4. Régimen de responsabilidad por incumplimiento de las prestaciones.

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



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).



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, constanding 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 of 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 groups 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 meant 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 (Latest 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.



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"/>
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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.



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



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:



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 CONSEJERÍA 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"/>



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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 afeción, 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:



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.



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.



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



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

Administracion de recursos humanos en las empresas turisticas.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

Table with 4 columns: Descripción, Horas, Grupo grande, Grupos reducidos. Rows include 'Lección magistral Exposición de contenidos / Content teaching' and 'Otras actividades prácticas Prácticas en aula de informatica / PC room practices'.



Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL	45		
ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL			
Descripción	Horas		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15		
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

- 1 **Competencias específicas** **Competencias Específicas del Título**
- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
 - 1.8 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



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 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.; Corditur; 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Gestión de Bases de Datos del Turismo
Código:	203
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
Módulo:	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
Experimentalidad:	69 % teórica y 31 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	2
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://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: 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 GALLEGRO	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
4. Aplicaciones de bases de datos al turismo. Intercambio de información entre bases de datos y otras aplicaciones ofimáticas e informáticas de gestión.



5. Introducción a las bases de datos espaciales aplicadas al turismo.

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
TOTAL CALIFICACION	10

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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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.



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://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/>
- Sancho, A y García, G. (2006): ¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo de los destinos turísticos. *Revista de Análisis Tuístico*, 2º semestre 2006, nº 2.
- Instituto de Estudios Turístico: (www.iet.tourspain.es)
- Instituto Nacional de Estadística: (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 Rio, C. y García, G. (1990): *Dinámica provincial y regional del sector turístico*, *Papeles de Economía Española*, nº 42.
- Llorca, R., Martínez, J. y Picazo, A. (1996): *Los servicios y el desarrollo de las regiones*, *Papeles de Economía Española*, nº 67.
- Junta de Andalucía: *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>



- 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 Canarias, 12 y 13 de julio.
- EXCELTUR: Informe Perspectivas Turísticas, (varios años). Disponible en <http://www.exceltur.org/>



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



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 semanas 8-9 (sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en los temas 1 y 2) y entre las semanas 13 y 14 (sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos en los temas 3 y 4). Las pruebas parciales serán de tipo test y cada una de ellas tiene una ponderación de un 10% de la nota final.

b) Los ejercicios 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 Andalucía 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.



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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	iramirez@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



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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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 s	952133260	-	

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

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



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%



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.; Ruy Pérez, 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. Kursbuch 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



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



- 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. Auriolos Martín, A. Aspectos jurídico-mercantiles del turismo Atelier 2003
- AAVV, Coord. Auriolos Martín, A Derecho y Turismo (I y II Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo Junta de Andalucía 1999
- AAVV, Coord. Auriolos Martín, A Derecho y Turismo (III Jornadas de Derecho Turístico) Consejería de Turismo Junta de Andalucía 2000
- AAVV, Coord. Auriolos 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
- Auriolos Martín, A., Benavides Velasco, P y Gonzalez Fernandez, Mª B Legislación Turística de Andalucía Tecnos 2006
- Auriolos 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





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^ªB, 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^ª 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^ª 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^ª M. Los signos distintivos en la promoción de destinos turísticos, Aranzadi, 2002.
- Gómez Lozano, M^ª M. Sobre los signos distintivos de las empresas de alojamiento turístico, reserva de denominaciones vs. prohibiciones de registro, Revista Andaluza de Derecho del Turismo, núm. 3, 2010, págs. 83-101.
- Gómez Lozano, M^ª M. Vuelos de bajo coste, agencias de viajes virtuales y derecho de la competencia, Revista de Derecho UNED, núm. 7, 2010, págs. 599-616 .
- Gómez Lozano, M^ª M y González Cabrera, I. La garantía de responsabilidad contractual de las agencias de viajes en concurso, Revista de Derecho Concursal y Paraconcursal, nº 13, 2010, págs. 341-348
- González Cabrera, I. Algunas reflexiones sobre la futura regulación del Derecho de aprovechamiento por turno en España, Revista de Derecho Patrimonial, nº 26, 2011, págs. 43-70
- González Cabrera, I. El doble tratamiento jurídico del vehículo que introduce el 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^ª, 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.



- 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.
- Peinad 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 assitenza 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"/>
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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)



- 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



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:



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 décimo quinta semana de clases y versará sobre las tres últimas lecciones de teoría y las tres últimas de prácticas.

A.2). Realización de practicas 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 impartan la docencia. 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 practicas 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



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
TOTAL CALIFICACION		Máximo 100 puntos

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			
TOTAL CALIFICACION			30

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
TOTAL CALIFICACION	10 Máximo 10 puntos

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):



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 (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 Rodriguez Rodriguez y Fidel Martínez Roget, F. (2009):

¿Capítulo 3º. La política turística del Gobierno central¿. En: Nuevos Retos para el turismo. Gonzalo Rodriguez Rodriguez 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 Rodriguez Rodriguez 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

- | | |
|-------------|--|
| 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
- La colocación del adjetivo
 - Pronombres relativos (II)
 - Revisión de los pronombres personales complemento
 - Los indefinidos
 - La nominalización
 - Comparativos y superlativos
 - Expresión del énfasis
- B. Morfología y sintaxis del grupo verbal
- Formación del condicional



- Alternancia de uso passé composé / imparfait / plus-que-parfait

- La voz pasiva

C. Elementos de relación

- Preposiciones y locuciones prepositivas (II)

- Adverbios y locuciones adverbiales (II)

D. Sintaxis de la oración

- La negación (II)

- Introducción a la sintaxis de las oraciones subordinadas

- Las oraciones condicionales

- La interrogación indirecta

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.



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.



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; BADY, 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



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





Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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 económico 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



- 1.2. Concepto de patrimonio.
- 1.3. Instrumentación conceptual.
 - Cuentas (teoría del cargo y el abono)
 - Balance.
- 1.4. Ciclo registral contable

LECCIÓN 2. EL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD

- 2.1. El PGC de 2008: su estructura.
- 2.2. El marco conceptual.
- 2.3. Normas de registro y valoración.
- 2.4. Cuentas anuales.
- 2.5. Cuadro de cuentas, definiciones y relaciones contables.

LECCIÓN 3. TESORERÍA

- 3.1. Cuentas de tesorería: concepto y clases.
- 3.2. Cuentas de caja.
- 3.3. Cuentas de bancos.
- 3.4. Tesorería en moneda extranjera.

LECCIÓN 4. EXISTENCIAS

- 4.1. Cuentas de existencias: concepto y clases.
- 4.2. Cuentas de mercaderías.
- 4.3. Descuentos y devoluciones de mercaderías.
- 4.4. Deterioro de valor de las existencias.

LECCIÓN 5. DEUDORES POR OPERACIONES COMERCIALES.

- 5.1. Cuentas de deudores por operaciones comerciales: concepto y clases.
- 5.2. Cuentas de clientes y deudores.
- 5.3. Cuentas de efectos.
- 5.4. Cuentas para otros deudores.

LECCIÓN 6. ACTIVO NO CORRIENTE

- 6.1. Cuentas de activo no corriente: concepto y clases.
- 6.2. Inmovilizaciones materiales.
- 6.3. Inversiones inmobiliarias
- 6.4. Inmovilizaciones intangibles.
- 6.5. Valoración posterior: amortización y deterioro del valor.

LECCIÓN 7. PATRIMONIO NETO Y PASIVO

- 7.1. La financiación de la empresa: sus clases.
- 7.2. El patrimonio neto
- 7.3. Pasivo corriente.
- 7.4. Pasivo no corriente.

LECCIÓN 8. CUENTAS DE GASTOS E INGRESOS

- 8.1. Las cuentas de gestión en el PGC: concepto y clases.
- 8.2. Cuentas para gastos e ingresos de la explotación.



- 8.3. Cuentas de gastos e ingresos financieros.
- 8.4. El resultado en el Plan General de Contabilidad.

LECCIÓN 9. LA NORMALIZACIÓN CONTABLE INTERNACIONAL (4,5 Horas)

- 9.1 La armonización contable internacional: Antecedentes.
- 9.2 La normalización contable en la Unión Europea.
- 9.3 Aspectos significativos del marco conceptual para la información contable.
- 9.4 Los estados financieros contables: elementos, reconocimiento y valoración.
- 9.5 Diferencias y analogías fundamentales entre la normativa española y las NIIF.

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 Lull 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



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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



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:



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:

$$NF = N1*0,2 + N2*0,2 + N3*0,6$$

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 imparten 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.; Civitas; 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



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; Síntesis; 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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	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
JUAN MANUEL DE LA ROSA MARTIN	jrosa@uma.es	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

- | | |
|-------------|---|
| 1.9 | Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas |
| 1.10 | 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 aprovisionamientos.



- 3.- Gastos por servicios exteriores y otros servicios.
- 4.- Gastos financieros.
- 5.- Gastos derivados del uso o cesión del capital real.

Lección 4ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LOS GASTOS (II)

- 1.- Gastos de personal.
- 2.- Tributos ligados a la explotación.
- 3.- Correcciones de valor.
- 4.- Impuesto sobre el beneficio.

Lección 5ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE BALANCE (I)

- 1.- Introducción
- 2.- Activo no corriente.
- 3.- Activo corriente.

Lección 6ª: EL SECTOR HOTELERO: ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE BALANCE (II)

- 1.- Patrimonio Neto.
- 2.- Pasivo no corriente.
- 3.- Pasivo corriente.

Lección 7ª: LAS CADENAS HOTELERAS

- 1.- Definición de cadenas hoteleras y fórmulas de integración.
- 2.- El contrato de franquicia hotelera.
- 3.- El contrato de arrendamiento hotelero.
- 4.- El contrato de gestión hotelera.
- 5.- El Gross Operating Profit o Resultado Operativo Bruto.

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 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



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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

- 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

CONTENIDOS

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



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: Auditorales

Número de pruebas: 2

2 pruebas auditorales 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 auditorales 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; BAADE, 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



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 Univesity 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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

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

- | | |
|------|--|
| 1.6 | Tener una marcada orientación de servicio al cliente |
| 1.11 | 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



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.



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; Santesmases Mestre, M.; Pirámide; 2007

Parques Temáticos; Antón Clave, S.; Ariel; 2055

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

Servucción: el marketing de los servicios; Eigliar, 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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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
	1.1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
	1.23	Analizar los impactos generados por el turismo

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Nombre Bloque Temático

Tema 1. Introducción a la Psicología Social del Turismo.

- Definición de psicología social.
 - La psicología social frente al reduccionismo, la metafísica y el sentido común.
 - La peculiaridad del enfoque psicosocial.
 - Contenidos de la psicología social
- Psicología Social del Turismo.
 - Procesos de influencia turista-residente (interpersonal).
 - Procesos de influencia cultura de origen-cultura visitada (intergrup).



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.



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.



- (2004). Psicosociología 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

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

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



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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Difusión Turística del Patrimonio Cultural
Código:	307
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Patrimonio
Módulo:	Créditos comunes: Patrimonio
Experimentalidad:	74 % teórica y 26 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	3
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://turismo.cv.uma.es/course/view.php?id=500

EQUIPO DOCENTE

Departamento: HISTORIA DEL ARTE
Área: 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



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^a. 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^a. y CUENCA LÓPEZ, J.M^a., 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^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.
- ; QUEROL, M^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.
- ; QUEROL, M^a. Ángeles, Manual de Gestión del Patrimonio Cultural, Madrid, Akal, 2010.
- ; RAMOS LIZANA, Manuel, El turismo cultural, los museos y su planificación, Asturias, Ediciones TREA, 2007.
- ; VALDÉS PELÁEZ, L. y RUIZ VEGA, A.V., Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1006.
- ; VV.AA., Difusión del Patrimonio Histórico, Colección Cuadernos 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.



; 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo
Código:	308
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Gestión de empresas turísticas
Módulo:	Créditos comunes: gestión de empresas turísticas
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	3
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

- | | |
|-------------|--|
| 1.20 | Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento |
| 1.21 | Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración |
| 1.22 | Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación |
| 1.32 | 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.



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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas
Código:	309
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
Módulo:	Obligatorias de Universidad: Herramientas informáticas para el análisis y gestión de empresas e instituciones turísticas
Experimentalidad:	69 % teórica y 31 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Inglés, Castellano
Curso:	3
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://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: 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.



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.



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
TOTAL CALIFICACION	10

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

- 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Planificación Territorial y Turismo Sostenible
Código:	310
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Planificación territorial y turismo sostenible
Módulo:	Créditos comunes: planificación territorial y turismo sostenible
Experimentalidad:	74 % teórica y 26 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	3
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

1 **Competencias específicas Competencias Específicas del Título**



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%)

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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos
Código:	401
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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



- 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



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 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:

$$NF = N1 \cdot 0,3 + N2 \cdot 0,3 + N3 \cdot 0,4$$

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 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.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Artículos científicos facilitados en clase; Varios

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	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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas
Código:	402
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

EQUIPO DOCENTE

Departamento: CONTABILIDAD Y GESTIÓN
Área: 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

- 1.9 Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico - patrimonial de las organizaciones turísticas
- 1.10 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.



- 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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos
Código:	403
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	9
Nº Horas de dedicación del estudiante:	225
Nº Horas presenciales:	67,5
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	http://campusvirtual.cv.uma.es/

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

1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.12 Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas
- 1.20 Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento
- 1.32 Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Bloque I: Gestión de Alojamientos

- 1- Concepto y modalidades de empresas de alojamiento (hoteles, balnearios, casas rurales, camping, apartamentos turísticos...). Cadenas hoteleras.
- 2- Estructura organizativa y puestos de trabajo de cada tipo de empresa de alojamiento.

Bloque II: Crecimiento e internacionalización de empresas

- 3- El proceso de globalización y su impacto en la gestión empresarial.
- 4- Crecimiento empresarial: concepto y formas de crecimiento de las empresas turísticas y adaptación de la organización al crecer.
- 5- Alianzas y cooperaciones entre empresas turísticas. Cambios organizativos y de gestión en las nuevas redes de empresas turísticas.
- 6- La internacionalización de la empresa turística y la adaptación organizativa de las compañías que salen al exterior.



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:



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 prácticos	50	<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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	135
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	22,5
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	225



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Gestión del Territorio en Destinos Turísticos
Código:	404
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al análisis territorial del turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	74 % teórica y 26 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	9
Nº Horas de dedicación del estudiante:	225
Nº Horas presenciales:	67,5
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

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

1 Competencias específicas Competencias Específicas del Título

- 1.4 Conocer las principales estructuras político - administrativas turísticas
- 1.8 Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
- 1.18 Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
- 1.24 Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico
- 1.25 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.



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



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	22,5		
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	225		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Historia Económica y Social del Turismo
Código:	405
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

1	Competencias específicas	Competencias Específicas del Título
	1.1	Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
	1.3	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

TEMA 5. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN ANDALUCÍA



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



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"/>
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas
Código:	406
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al perfeccionamiento de la lengua inglesa
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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



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 publicarán en papel en los tabloneros 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



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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Legislación Laboral en el Sector Turístico
Código:	407
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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:



- 3.4.1. Caracterización y tipología
- 3.4.2. Manifestaciones del conflictos: Huelga y cierre patronal
- 3.4.3. Medidas de solución de conflictos.

4. POLÍTICA DE EMPLEO Y POLÍTICA DE COLOCACIÓN

- 4.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE TRABAJO: la significación del sector de la hostelería y actividades conexas
- 4.2. POLÍTICA DE EMPLEO: concepto y expresiones
- 4.3. POLÍTICA DE COLOCACIÓN: empresas de trabajo temporal y agencias de colocación

5. DERECHO INDIVIDUAL (I)

- 5.1. SUJETOS DE LA RELACIÓN INDIVIDUAL DE TRABAJO
- 5.2. CONTRATO DE TRABAJO: tipología y modalidades contractuales
- 5.3. DERECHOS Y DEBERES DE LA RELACIÓN LABORAL
- 5.4. ORDENACIÓN DEL SALARIO
- 5.5. TIEMPO DE TRABAJO

6. DERECHO INDIVIDUAL (II)

- 6.1. CLASIFICACIÓN PROFESIONAL
- 6.2. PODERES EMPRESARIALES: movilidad funcional, movilidad geográfica y modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo
- 6.3. SUSPENSIONES Y EXCEDENCIAS

7. DERECHO INDIVIDUAL (III)

- 7.1. EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO
 - 7.1.1. DESPIDO DISCIPLINARIO
 - 7.1.2. DESPIDO OBJETIVO

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 de 10 en el 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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Marketing para Empresas y Productos Turísticos
Código:	408
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria a la dirección y gestión de empresas turísticas
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	9
Nº Horas de dedicación del estudiante:	225
Nº Horas presenciales:	67,5
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

- 1.6 Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- 1.11 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.



- 1-La aplicación del marketing según el tipo de producto turístico.
- 2- El ¿marketing management¿ de las empresas turísticas.
- 3- Objetivos del Marketing de empresas turísticas.
- 4- Marketing interno y Marketing directo en las empresas turísticas.

TEMA 3.- LOS DATOS DEL MERCADO TURÍSTICO

- 1-La investigación de mercados como herramienta básica del marketing
- 2.- Esquema general de una investigación de mercados.-
- 3- La investigación de mercados de productos y servicios turísticos. Definición y objetivos.

TEMA 4.- FASES I y II DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1-Investigación preliminar: Definición de problemas y objetivos.
- 2- Estudio de circunstancias.-
- 3-Investigación exploratoria del mercado.

TEMA 5.- FASE III DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1- Investigación de conclusiones.
- 2- Planificación de la investigación de conclusiones.
- 3- Determinación del enfoque básico.
- 4-Métodos experimentales.-
- 5- Condiciones de los experimentos válidos.

TEMA 6.- FASES III (CONTINUACIÓN) y IV DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS

- 1- Métodos históricos.-
- 2- Métodos deductivos.
- 3- Fuentes de datos y sistemas de comunicación y medición
- 4- Investigación de resultados.

TEMA 7- LA OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

- 1-Determinación del producto turístico.
- 2- El Concepto de servucción en los servicios turísticos.
- 3- La implementación de la servucción en las empresas turísticas.
- 4- Planificación comercial de productos turísticos.
- 5- La gama de productos turísticos.
- 6- Gestión comercial, creación e innovación de productos turísticos.

TEMA 8- EL DEMANDANTE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

- 1-Clases de demanda turística.
- 2- Determinación del público objetivo para una empresa turística.
- 3-La gestión del cliente: A) Localización y contacto con el público objetivo. B) Aplicación del plan de marketing en función del ¿Portafolios¿. C) Fidelización del cliente.

TEMA 9- LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO.

- 1-Conceptos de Calidad y satisfacción del servicio turístico.
- 2- El servicio esperado y el servicio recibido: las expectativas
- 3- Plan de marketing de mejora de calidad continua del servicio turístico: Aplicación del modelo de Parasuraman Zeithmal y Berry.
- 4- Técnicas de medición de la calidad del servicio turístico: el SERVQUAL.-



TEMA 10: LA EMPRESA TURÍSTICA: SUS PARTICULARIDADES.

- 1-La estacionalidad en el turismo.-
- 2- Planificación y rentabilidad de las empresas turísticas.
- 3- La inversión: ¿El IRC? de las empresas turísticas.
- 4- La flexibilidad y capacidad de adaptación de las empresas turísticas.

TEMA 11: LA PREVISIÓN DE VENTAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS.

- 1-Estrategia de una previsión de ventas.-
- 2- Factores determinantes de la estrategia de previsión de ventas del pto. Turístico.
- 3- Principales factores.

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; Consutlora G.D.T.
- Marketin-Forschung im Fremdenverkehr, dans Wirtschaftsdienst; HOELLIEGE, W. A.; 1962; Hamburg



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Sociología del Turismo
Código:	409
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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 irá 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

- 1.1 Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica
- 1.3 Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio
- 1.29 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.



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 Minjo y Davila, 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

DÍAZ 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

MARTÍNEZ QUINTANA, V. Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw



Hill, 2006

MAZOÉN, 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 Millenium. 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Tecnología de los Alimentos y Gastronomía
Código:	410
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria al análisis económico y social del turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	69 % teórica y 31 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

EQUIPO DOCENTE

Departamento: MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA E HISTORIA DE LA CIENCIA

Área: 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



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



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.; Garces, 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 Janes; 1989
- Introducción a la ciencia de los alimentos; Fennema, OR.; Reverte; 1982
- Malaga 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Tecnologías Web Aplicadas al Turismo
Código:	411
Tipo:	Optativa
Materia:	Formación complementaria a las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) aplicadas al turismo
Módulo:	Formación complementaria
Experimentalidad:	69 % teórica y 31 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	1
Nº Créditos	9
Nº Horas de dedicación del estudiante:	225
Nº Horas presenciales:	67,5
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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

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



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 Rodriguez 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



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; RA-MA; 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"/>

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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Creación de Empresas Turísticas
Código:	412
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Proyección profesional
Módulo:	Proyección profesional
Experimentalidad:	80 % teórica y 20 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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



Nombre Bloque Temático

El emprendedor y la nueva empresa

- La función del emprendedor en la economía.

- El perfil del emprendedor

- Tipologías de emprendedores

El proceso de creación de una nueva empres

- La Oportunidad de Negocio.

- El modelo de Negocio.

- Herramientas para el diseño de modelos de negocio.

El Plan de Negocio

- Estructura y contenidos

- El Análisis Estratégico

- Estrategia y Ventaja Competitiva

La figura jurídica

- Formas jurídicas

- Trámites de Constitución

- Órganos de gobierno

Análisis de Viabilidad.

- El modelo económico de la nueva empresa

- Fuentes de financiación

- Selección de Inversiones

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 relacionado con el



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 registrará 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Geografía Turística de Andalucía
Código:	413
Tipo:	Obligatoria
Materia:	Geografía turística de Andalucía
Módulo:	Obligatorias de universidad: geografía turística de Andalucía
Experimentalidad:	74 % teórica y 26 % práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	72
Tamaño del Grupo Reducido:	30
Página web de la asignatura:	

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



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; CONSERÍA 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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	90
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas
Código:	414
Tipo:	Prácticas externas
Materia:	Proyección profesional
Módulo:	Proyección profesional
Experimentalidad:	Práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	2
Nº Créditos	12
Nº Horas de dedicación del estudiante:	300
Nº Horas presenciales:	120
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



	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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	150
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	30
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	300



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Graduado/a en Turismo por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	Trabajo Fin de Grado
Código:	415
Tipo:	Trabajo fin de estudios
Materia:	Proyección profesional
Módulo:	Proyección profesional
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	4
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	http://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: 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



	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 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
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 GASPARGONZALEZ	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.



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



Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
Otras actividades expositivas Orientaciones por parte del tutor	5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL	5		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	130		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15		
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150		

POSGRADO EN TURISMO
(CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y
DOCTORADO)

**Máster Universitario en Dirección
y
Planificación del Turismo**

POSGRADO EN TURISMO
(CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DE LOS TÍTULOS DE MÁSTER OFICIAL Y DOCTORADO)

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.

Coordinadores: Dra. D. ^a Ana Luque Gil. Dr. D. José Luis Caro Herrero.	Tipo: Interdepartamental (Coordinado por la Facultad de Turismo)
Orientación: Profesional e Investigador. Acceso al Doctorado	
Duración (ECTS): 60 créditos	
Modalidad: Presencial	
Periodo lectivo: Anual – Un curso completo	
Régimen de estudios: Tiempo Completo	

Objetivos y Competencias

El sector turístico es un sector altamente competitivo en el que la diferenciación de productos y la calidad de los mismos marcan la clave del éxito. Por ello es necesario obtener conocimientos específicos para afrontar los retos que marca el sector a través de una formación completa y novedosa.

Con la intención de mejorar la actual oferta formativa y de potenciar la integración de los planes de estudios españoles, tanto en el ámbito nacional como europeo, se pone en marcha el proyecto de **Posgrado** y de **Doctorado** en la Universidad de Málaga con el objetivo de potenciar y completar la formación en turismo, tanto a nivel profesional como investigador.

El Posgrado en Turismo (Máster y Doctorado) está orientado a las necesidades del sector permitiendo participar en la planificación y gestión del desarrollo turístico de municipios, zonas o regiones y lograr una alta capacitación profesional para el desempeño de puestos de responsabilidad en empresas y en la gestión pública turística.

Objetivos formativos:

Los objetivos del Título de posgrado en Turismo deben definirse a partir de las propias características y condiciones de evolución de la actividad que se desarrolla en un contexto de rápida transformación y exigencias de calidad, competitividad, sostenibilidad así como de una creciente internacionalización. La base de estos objetivos se sustenta en el marco conceptual del turismo, y sobre todo, en las competencias definidas a partir de los perfiles profesionales de los distintos segmentos que componen la actividad turística. El título proporciona una formación orientada a la dirección y gestión de empresas turísticas, a la gestión de destinos y productos turísticos.

Por tanto, el Posgrado posee un doble objetivo general:

- La formación de profesionales de alto nivel para la dirección y planificación de actividades e instituciones turísticas. En este sentido, el objetivo es:

- Preparar profesionales para la toma de decisiones en puestos de alta responsabilidad en actividades e instituciones de turismo.
 - Capacitar a los profesionales para dar respuesta a las exigencias de sostenibilidad, diversidad y calidad de los mercados turísticos.
 - Formar en la aplicación de métodos, instrumentos y prácticas para el desarrollo y la gestión eficiente de las actividades turísticas.
 - Facilitar la incorporación de soluciones tecnológicas en la gestión de establecimientos, actividades y destinos.
 - Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones en la comercialización turística.
- La formación de expertos que orienten su carrera profesional hacia el ámbito de la investigación y el desarrollo del conocimiento en el ámbito del turismo. En este sentido, el objetivo es:
- Facilitar el acceso al doctorado en turismo como fundamento de una completa inserción de la actividad en la dinámica universitaria y como base de la innovación en el ámbito de la formación.
 - Desarrollar un Currículo académico que tenga en cuenta específicamente y potencie el carácter interdisciplinar que requiere la formación en esta actividad.
 - Adaptar el nivel de los estudios universitarios de Turismo en España con los existentes en otros países de la Unión Europea y normalizarlos en relación al resto de actividades económicas que cuentan con sistemas de formación específicos.
 - Desarrollar perfiles de especialización que tengan en cuenta tanto las necesidades de innovación en materia de gestión empresarial como el desarrollo de nuevos sistemas de gestión de aspectos colectivos.

Otros objetivos que posee el título de Posgrado son:

- Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo.
- Crear las condiciones para el desarrollo de líneas de investigación de carácter interdisciplinar y multidisciplinar.
- Incorporar la formación en turismo al objetivo trazado en las Cumbres de Lisboa y Barcelona de lograr que los sistemas educativos europeos se conviertan en una referencia de calidad mundial para el año 2010. Teniendo en cuenta la dimensión de la actividad turística en España, éste debería ser, de hecho, un objetivo incontestable desde el punto de vista de la formación superior en España.

Competencias:

- Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.
- Conocer los principios de la gestión sostenible.
- Decidir sobre la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino.
- Entender el destino turístico como sistema.
- Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social.
- Aplicar instrumentos de planificación.
- Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística.
- Conocer las políticas que afectan al destino.
- Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- Diseñar productos y emprender proyectos turísticos.
- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas y la ordenación del territorio.
- Manejar técnicas de recogida y análisis de datos.

- Convertir un problema empírico en un objeto de de investigación y elaborar conclusiones.
- Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas.
- Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- Saber representar a la organización.
- Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.
- Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión.
- Manejar las técnicas de comunicación y servucción
- Conocer las técnicas de gestión de la calidad y la excelencia.
- Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas.
- Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.
- Presentación y defensa de un proyecto de fin de máster.

Plan de estudios

Para obtener el título de Máster, el alumno tendrá que cursar y superar, al menos, 60 créditos, de los cuales 30 corresponderán a las materias obligatorias y 12 al proyecto fin de máster. Los 18 créditos restantes corresponden a asignaturas optativas (12 créditos) y en función de la orientación elegida los alumnos deberán cursar:

- Orientación profesional: obligatoriamente la asignatura de prácticas en empresas y organizaciones turísticas de 6 créditos.
- Orientación investigadora o académica (para poder tener acceso a doctorado): obligatoriamente la asignatura de metodología para la investigación en turismo de 6 créditos.

Aquellos alumnos que opten por la doble orientación deberán cursar las asignaturas específicas de cada orientación, por lo que obligatoriamente cursaran 66 créditos.

Los 12 créditos de las asignaturas optativas podrán elegirse de entre las asignaturas que se ofertan como tales, el alumno podrá elegir optativas de cualquier especialidad.

Relación de materias ofertadas:

Materias Obligatorias	30 ECTS
Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	6
Métodos cuantitativos aplicados al turismo	9
Planificación y Gestión Territorial Turística	6
Habilidades directivas	3
Tecnologías aplicadas al e-tourism	6
Trabajo fin de máster	12 ECTS
Materias Optativas Ofertadas	ECTS
El alumno tendrá que elegir un mínimo de 12 créditos (4 asignaturas) entre las asignaturas optativas que se ofertan a continuación -se podrá elegir optativas de cualquier especialidad-.	

Formación complementaria en Dirección de empresas y organizaciones turísticas	
Gestión económico-financiera de empresa turísticas	3
Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	3
Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	3
Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	3
El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	3
TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	3
Modulo de formación complementaria en Planificación y Gestión de destinos turísticos	ECTS
Creación y comercialización de productos turísticos	3
Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	3
Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	3
Gestión del medio natural y desarrollo local	3
Sistemas de información geográfica aplicada la turismo	3
Materias según orientación (profesional y/o investigadora)	ECTS
Aquellos alumnos que opten por la doble orientación deberán cursar las asignaturas específicas de cada orientación, por lo que obligatoriamente cursaran 66 créditos.	
Modulo de formación complementaria en métodos y técnicas de investigación en turismo (Orientación investigadora- acceso doctorado)	
Metodología para la investigación en turismo	6
Modulo de formación complementaria de prácticas en empresas y organizaciones turísticas (Orientación profesional)	
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	6

**PROGRAMA DE LAS ASIGNATURAS DEL
*MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN
Y EN PLANIFICACIÓN DEL TURISMO***



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS
Código:	ESCENARIOS
Tipo:	101
	Obligatoria
Materia:	ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL TURISMO
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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.



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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	HABILIDADES DIRECTIVAS
Código:	102
Tipo:	Obligatoria
Materia:	HABILIDADES DIRECTIVAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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 propuesto

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.; Alga; 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



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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	45
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	7,5
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	75



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO
Código:	103
Tipo:	Obligatoria
Materia:	MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	9
Nº Horas de dedicación del estudiante:	225
Nº Horas presenciales:	67,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3144 http://mop.cv.uma.es/course/view.php?id=3480

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.



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



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 Económicos 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA
Código:	104
Tipo:	Obligatoria
Materia:	GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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 ^a . 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

- 2.2 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.
- 2.11 Conocer las técnicas de dirección empresarial.
- 2.13 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
- 2.20 Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística.



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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM
Código:	105
Tipo:	Obligatoria
Materia:	TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES APLICADAS AL TURISMO
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	1
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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 turismo, 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



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
- Análítica 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
- Técnicas 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
Otras actividades expositivas	15	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lección magistral	30	<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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
Código:	106
Tipo:	Optativa
Materia:	CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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:



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. I.; 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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS
Código:	107
Tipo:	Optativa
Materia:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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.



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.; GASPAR 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):



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN
Código:	108
Tipo:	Optativa
Materia:	MARKETING APLICADO A EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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: 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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	FUNDAMENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT (YIELD MANAGEMENT)
Código:	109
Tipo:	Optativa
Materia:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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.



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.



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-Beattle, 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
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	45
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	7,5
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	75



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	GESTIÓN AVANZADA DE LA PRODUCCIÓN Y LA CALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS
Código:	110
Tipo:	Optativa
Materia:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Inglés
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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:



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

Table with 4 columns: Descripción, Horas, Grupo grande, Grupos reducidos. Row: Lección magistral, 22,5, [checked], [unchecked]

TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL 22,5

ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL

Table with 2 columns: Descripción, Horas. Rows: TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL 45, TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN 7,5, TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE 75



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	GESTIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DESARROLLO LOCAL
Código:	111
Tipo:	Optativa
Materia:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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

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

- 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.
- 2.8** Aplicar instrumentos de planificación.
- 2.10** Conocer las políticas que afectan al destino.
- 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.
- 2.24** 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.



GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN SOSTENIBLE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

- 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

Lección magistral

Horas

22,5

Grupo grande Grupos reducidos

checkbox checked

checkbox unchecked



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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Código:	112
Tipo:	Optativa
Materia:	GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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"/>
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	GESTIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL
Código:	113
Tipo:	Optativa
Materia:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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"/>

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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO
Código:	114
Tipo:	Optativa
Materia:	SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO
Código:	115
Tipo:	Optativa
Materia:	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	45
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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.



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 Díaz 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"/>



Descripción	Horas	Grupo grande	Grupos reducidos
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		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Código:	116
Tipo:	Prácticas externas
Materia:	PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Práctica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	6
Nº Horas de dedicación del estudiante:	150
Nº Horas presenciales:	60
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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 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	60	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA PRESENCIAL	60		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD FORMATIVA NO PRESENCIAL	75		
TOTAL HORAS ACTIVIDAD EVALUACIÓN	15		
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE	150		



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO
Código:	117
Tipo:	Optativa
Materia:	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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

1. Captura de datos geográficos de carácter turístico y formato digital y su integración en un SIG desde distintas fuentes.
2. Principales operaciones con bases de datos en un Sistemas de Información Geográfica.
3. Utilidades de los SIG para el inventario y gestión de los recursos turísticos.



4. Generación de cartografía e información temática de carácter turístico.
5. Operaciones de análisis espacial. Los SIG como herramienta para la planificación y gestión turística.

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 conocimiento 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



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"/>

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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	TICS APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Código:	118
Tipo:	Optativa
Materia:	INFORMÁTICA PARA LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Módulo:	MÓDULO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	3
Nº Horas de dedicación del estudiante:	75
Nº Horas presenciales:	22,5
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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



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



DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado/Máster en:	Master Universitario en DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO por la Universidad de Málaga
Centro:	Facultad de Turismo
Asignatura:	TRABAJO FIN DE MÁSTER
Código:	119
Tipo:	Trabajo fin de estudios
Materia:	TRABAJO FIN DE MÁSTER
Módulo:	MÓDULO DE PROYECTO FIN DE MÁSTER
Experimentalidad:	Teórica
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Curso:	1
Semestre:	2
Nº Créditos	12
Nº Horas de dedicación del estudiante:	300
Nº Horas presenciales:	10
Tamaño del Grupo Grande:	0
Tamaño del Grupo Reducido:	0
Página web de la asignatura:	

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 Segundo



	Mail	Teléfono Laboral	Despacho	Horario Tutorías
				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 ^{ra} . 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.



- 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		

HORARIOS DE CLASE

GRADUADO EN TURISMO

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO A Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	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	Inglés aplicado al turismo I (102) A/A1
10:00-12:00	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	Introducción a la economía (103) A
12:00-13:00	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	Inglés aplicado al turismo I (102) A2
13:00-14:00			Organización y gestión de empresas (104) A3	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) A3	Inglés aplicado al turismo I (102) A3

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, 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**

GRUPO B Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	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	Inglés aplicado al turismo I (102) B/B1	Introducción a la economía (103) B/B1
10:00-12:00	Organización y gestión de empresas (104) B	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B	Inglés aplicado al turismo I (102) B	Introducción a la economía (103) B	Geografía general y regional del turismo (101) B
12:00-13:00	Geografía general y regional del turismo (101) B2	Organización y gestión de empresas (104) B2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) B2	Inglés aplicado al turismo I (102) B2	

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2, = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EI GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso/ 1^{er} Semestre

GRUPO E Aula 1.19B	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 B.

Grupo de docencia en Inglés.

GRUPO C Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	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	Introducción a la economía (103) C/C1
17:00-19:00	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	Geografía general y regional del turismo (101) C
19:00-20:00	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	Introducción a la economía (103) 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

1^{er} Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO D Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Introducción a la economía (103) D/D1	Geografía general y regional del turismo (101) D/D1	Organización y gestión de empresas (104) D/D1	Inglés aplicado al turismo I (102) D/D1	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D/D1
17:00-19:00	Geografía general y regional del turismo (101) D	Organización y gestión de empresas (104) D	Inglés aplicado al turismo I (102) D	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D	Introducción a la economía (103) D
19:00-20:00	Introducción a la economía (103) D2	Geografía general y regional del turismo (101) D2	Organización y gestión de empresas (104) D2	Inglés aplicado al turismo I (102) D2	Sistemas informáticos aplicados al turismo (105) D2

- **GRUPO D SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO D1, D2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EI GRUPO REDUCIDO D1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE D EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO

2^o Curso / 1^{er} Semestre

GRUPO A Aula 1.15.16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	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	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A/A1
10:00-12:00	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	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A
12:00-13:00	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	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) A2
13:00-14:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) A3		Indicadores económicos del turismo (204) A3		

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, 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 ALEMÁN APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13A.**
- **LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.15-16.**

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre

GRUPO B Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Gestión de bases de datos del turismo (203) B/B1	Indicadores económicos del turismo (204) B/B1	*Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) B/B1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A/A1 /Francés aplicado al turismo II (209) A/A1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B/B1
10:00-12:00	Indicadores económicos del turismo (204) B	*Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) B	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A /Francés aplicado al turismo II (209) A	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B	Gestión de bases de datos del turismo (203) B
12:00-13:00	Gestión de bases de datos del turismo (203) B2	Indicadores económicos del turismo (204) B2	*Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) (Inglés) B2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) A2 /Francés aplicado al turismo II (209) A2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) B2

- GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO B1, 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 ALEMÁN APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.13A.
- LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO II SE IMPARTE EN EL AULA 1.15-16.

Grupo de docencia en Inglés.

GRADUADO EN TURISMO 2º Curso /1º Semestre

GRUPO C Aula 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C/C1	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C/C1	Gestión de bases de datos del turismo (203) C/C1	Indicadores económicos del turismo (204) C/C1	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B/B1 /Francés aplicado al turismo II (209) B/B1
17:00-19:00	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C	Gestión de bases de datos del turismo (203) C	Indicadores económicos del turismo (204) C	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B /Francés aplicado al turismo II (209) B	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C
19:00-20:00	Administración de recursos humanos en las empresas turísticas (201) C2	Análisis de los recursos territoriales turísticos (202) C2	Gestión de bases de datos del turismo (203) C2	Indicadores económicos del turismo (204) C2	Alemán Aplicado al Turismo II (206) B2 /Francés aplicado al turismo II (209) B2

- GRUPO C SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO C1, C2, C3 = 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 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 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	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	Análisis de los mercados turísticos (301) A/A1
11:00-13:00	Psicología social del turismo (305) A	Marketing turístico (304) A	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A	Análisis de los mercados turísticos (301) A	Contabilidad de empresas turísticas (302) A
13:00-14:00	Contabilidad de empresas turísticas (302) A2	Psicología social del turismo (305) A2	Marketing turístico (304) A2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) A2	Análisis de los mercados turísticos (301) A2

- **GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO A1, A2 = 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

3º Curso /1º Semestre

GRUPO B Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00-11:00	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	Contabilidad de empresas turísticas (302) B/B1
11:00-13:00	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B	Psicología social del turismo (305) B	Marketing turístico (304) B	Contabilidad de empresas turísticas (302) B	Análisis de los mercados turísticos (301) B
13:00-14:00	Análisis de los mercados turísticos (301) B2	Difusión turística del patrimonio cultural (307) B2	Psicología social del turismo (305) B2	Marketing turístico (304) B2	Contabilidad de empresas turísticas (302) 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

3º Curso /1^{er} Semestre

GRUPO C Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	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	Marketing turístico (304) C/C1
17:00- 19:00	Análisis de los mercados turísticos (301) C	Contabilidad de empresas turísticas (302) C	Psicología social del turismo (305) C	Marketing turístico (304) C	Difusión turística del patrimonio cultural (307) C
19:00- 20:00	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	Marketing turístico (304) 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 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A/A1	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A/A1
10:00-11:00			Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A		
11:00-12:00	Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403)	Gestión del territorio en destinos turísticos (404) A	Legislación laboral en el sector turístico (407) A	Análisis de la oferta complementaria de servicios turísticos (401) A/A1	Legislación laboral en el sector turístico (407) A/A1
12:00-13:00					
13:00-14:00	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A	Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A/A1	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A/A1		Desarrollo empresarial turístico y gestión de alojamientos (403) A2
14:00-15:00		Tecnología de los alimentos y gastronomía (410) A2	Inglés aplicado a la gestión de organizaciones y actividades turísticas (406) A2		
15:00-16:00	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A/A1	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A/A1	Sociología del turismo (409) A/A1	Historia económica y social del turismo (405) A/A1
16:00-17:00					
17:00-18:00	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A/A1	Sociología del turismo (409) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A	
18:00-19:00				Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A	
19:00-20:00	Contabilidad de gestión de empresas turísticas (402) A	Marketing para empresas y productos turísticos (408) A2	Tecnologías web aplicadas al turismo (411) A2	Historia económica y social del turismo (405) A	
20:00-21:00					

- GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO A1, 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^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO A Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 - 10:00	Introducción al derecho (110) 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	Introducción a la estadística (109) A/A1
10:00- 12:00	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 a la estadística (109) A	Introducción al derecho (110) A
12:00- 13:00	Introducción al derecho (110) 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	Introducción a la estadística (109) A2
13:00- 14:00		Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) A3	Gestión del patrimonio cultural (108) A3	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A3	Introducción a la estadística (109) A3

- GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO A1, 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 ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I, SE IMPARTE EN EL AULA 1.22A
- LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO 1^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO B Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B/B1	Gestión del patrimonio cultural (108) B/B1	Introducción a la estadística (109) B/B1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A/A1 / Francés aplicado al turismo I (107) A/A1	Introducción al derecho (110) B/B1
10:00- 12:00	Gestión del patrimonio cultural (108) B	Introducción a la estadística (109) B	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A /Francés aplicado al turismo I (107) A	Introducción al derecho (110) B	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B
12:00- 13:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) B2	Gestión del patrimonio cultural (108) B2	Introducción a la estadística (109) B2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) A2 / Francés aplicado al turismo I (107) A2	Introducción al derecho (110) B2
13:00- 14:00				Alemán Aplicado al Turismo I (106) A3	

- GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO B1, 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 ALEMÁN APLICADO AL TURISMO I, SE IMPARTE EN EL AULA 1.22A.
- LA ASIGNATURA FRANCÉS APLICADO AL TURISMO I SE IMPARTE EN EL AULA 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO E Aula 1.14 de Informática	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00- 10:00					Introducción al derecho (110) E/E1
10:00- 12:00				Introducción al derecho (110) 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 ASIGNATURAS PERTENECEN A LAS LISTAS DEL GRUPO B.**

Grupo de docencia en Inglés.

GRADUADO EN TURISMO

1^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO C Aula 1.22B	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	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	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B/B1 /Francés aplicado al turismo I (107) B/B1
17:00- 19:00	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	Introducción al derecho (110) C
19:00- 20:00	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	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2

- **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

1^{er} Curso /2^o Semestre

GRUPO D Aula 1.22A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D/D1	Introducción al derecho (110) D/D1	Introducción a la estadística (109) D/D1	Gestión del patrimonio cultural (108) D/D1	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B/B1 /Francés aplicado al turismo I (107) B/B1
17:00-19:00	Introducción al derecho (110) D	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D	Gestión del patrimonio cultural (108) D	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B /Francés aplicado al turismo I (107) B	Introducción a la estadística (109) D
19:00-20:00	Microeconomía y macroeconomía aplicadas al turismo (111) D2	Introducción al derecho (110) D2	Introducción a la estadística (109) D2	Gestión del patrimonio cultural (108) D2	Alemán Aplicado al Turismo I (106) B2 /Francés aplicado al turismo I (107) B2

- GRUPO D SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO D1, 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 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

2^o Curso /2^o Semestre

GRUPO A Aula 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	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	Estructura económica del turismo (208) A/A1
10:00-12:00	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	Introducción a la contabilidad (211) A
12:00-13:00	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	Estructura económica del turismo (208) A2
13:00-14:00	Introducción a la contabilidad (211) A3				Estructura económica del turismo (208) A3

- GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO A1, 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 B Aula 1.13A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:00	Fundamentos de marketing (210) B/B1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B/B1	Inglés aplicado al turismo II (205) B/B1	Estructura económica del turismo (208) B/B1	Introducción a la contabilidad (211) B/B1
10:00-12:00	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B	Inglés aplicado al turismo II (205) B	Estructura económica del turismo (208) B	Introducción a la contabilidad (211) B	Fundamentos de marketing (210) B
12:00-13:00	Fundamentos de marketing (210) B2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) B2	Inglés aplicado al turismo II (205) B2	Estructura económica del turismo (208) B2	Introducción a la contabilidad (211) B2

- **GRUPO B SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.**
- **GRUPO B1, B2 = GRUPOS REDUCIDOS.**
- **EI GRUPO REDUCIDO B1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE B EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA**

GRADUADO EN TURISMO

2º Curso /2º Semestre

GRUPO C Aula 1.15-16	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	Estructura económica del turismo (208) C/C1	Introducción a la contabilidad (211) C/C1	Inglés aplicado al turismo II (205) C/C1	Fundamentos de marketing (210) C/C1	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C/C1
17:00-19:00	Introducción a la contabilidad (211) C	Inglés aplicado al turismo II (205) C	Fundamentos de marketing (210) C	Derecho mercantil de la empresa turística (207) C	Estructura económica del turismo (208) C
19:00-20:00	Estructura económica del turismo (208) C2	Introducción a la contabilidad (211) C2	Inglés aplicado al turismo II (205) C2	Fundamentos de marketing (210) C2	Derecho mercantil de la empresa turística (207) 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**

GRADUADO EN TURISMO

3º Curso /2º Semestre

GRUPO A Aula 1.19A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00- 11:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A/A1	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) A/A1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A/A1	Derecho administrativo turístico (306) A/A1	Inglés aplicado al turismo III (303) A/A1
11:00- 13:00	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) A	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A	Derecho administrativo turístico (306) A	Inglés aplicado al turismo III (303) A	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A
13:00- 14:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) A2	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) (Inglés) A2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) A2	Derecho administrativo turístico (306) A2	Inglés aplicado al turismo III (303) A2

- GRUPO A SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA.
- GRUPO A1, A2 = GRUPOS REDUCIDOS.
- EL GRUPO REDUCIDO A1 ACTUARÁ COMO GRUPO GRANDE A EN LAS SEMANAS QUE ASÍ LO DETERMINE EL CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA.

Grupo de docencia en Inglés.

GRADUADO EN TURISMO

3º Curso /2º Semestre

GRUPO B Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00- 11:00	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) B/B1	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B/B1	Derecho administrativo turístico (306) B/B1
11:00- 13:00	Gestión de la producción y de la calidad en turismo (308) B	Informática aplicada a la gestión de empresas turísticas (309) B	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B	Derecho administrativo turístico (306) B	Inglés aplicado al turismo III (303) B
13:00- 14:00	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) B2	Planificación territorial y turismo sostenible (310) B2	Derecho administrativo turístico (306) 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

3º Curso /2^{er} Semestre

GRUPO C Aula 1.18A	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00- 17:00	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	Planificación territorial y turismo sostenible (310) C/C1
17:00- 19:00	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	Derecho administrativo turístico (306) C
19:00- 20:00	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	Planificación territorial y turismo sostenible (310) 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 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles
9:00-10:00	Geografía turística de Andalucía A1	Creación de empresas turísticas A1	* Geografía turística de Andalucía A (1,5 9:00-10:30) o A1 (9:00 a 10:00)
10:00-12:00	Creación de empresas turísticas A	Geografía turística de Andalucía A	Creación de empresas Turísticas A (1,5 10:30 – 12:00)
12:00-13:00	Geografía turística de Andalucía A2	Creación de empresas turísticas A2	* Geografía turística de Andalucía A2
13:00-14:00	Geografía turística de Andalucía A3	Creación de empresas turísticas A3	* Geografía turística de Andalucía A3

- **GRUPO A** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LOS MIÉRCOLES Y DURANTE DOS SEMANAS PARA LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.
- **GRUPO A1, A2, A3** = GRUPOS REDUCIDOS.
- * **LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA** SE IMPARTIRÁ LOS **MIÉRCOLES**, COMO GRUPOS REDUCIDOS **A1, A2 y A3** CON UNA HORA DE DURACIÓN, SÓLO DURANTE DOS SEMANAS SEGÚN CRONOGRAMA.

GRADUADO EN TURISMO 4º Curso / 2º Semestre

GRUPO B Aula 1.13B	Lunes	Martes	Miércoles
16:00-17:00	Creación de empresas turísticas B1	Geografía turística de Andalucía B1	Creación de empresas Turísticas B (1,5h: 16:00 – 17:30)
17:00-19:00	Geografía turística de Andalucía B	Creación de empresas turísticas B	* Geografía turística de Andalucía B (1,5h 17:30 – 19:00) o B1 (17:30 a 18:30)
19:00-20:00	Creación de empresas turísticas B2	Geografía turística de Andalucía B2	* Geografía turística de Andalucía B2

- **GRUPO B** SIEMPRE SERÁ GRUPO GRANDE DURANTE LAS SEMANAS DE DOCENCIA, EXCEPTO LOS MIÉRCOLES Y DURANTE DOS SEMANAS PARA LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA.
- **GRUPO B1, B2,** = GRUPOS REDUCIDOS.
- * **LA ASIGNATURA GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ANDALUCÍA** SE IMPARTIRÁ LOS **MIÉRCOLES**, COMO GRUPOS REDUCIDOS **B1 y B2** CON UNA HORA DE DURACIÓN, SÓLO DURANTE DOS SEMANAS SEGÚN CRONOGRAMA.

HORARIOS DE CLASE

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO HORARIO CURSO 2013/2014

PRIMER CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 21 de octubre de 2013 al 17 de enero de 2014

PERIODO DE EXÁMENES: del 20 de enero al 1 de febrero de 2014

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

AULA 1.19A

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
16,30 h. – 17,30 h.	Planificación y Gestión Territorial Turística	Planificación y Gestión Territorial Turística	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	Planificación y Gestión Territorial Turística	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	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
19,30h. – 20,30 h.	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Tecnologías aplicadas al e-tourism	Habilidades Directivas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
20,30 h. - 21:00 h.			Habilidades Directivas		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2013-2014

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 03 de febrero de 2014 al 23 de mayo 2014

PERIODO DE EXÁMENES: del 29 de mayo al 8 de julio de 2014

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

AULA 1.19A

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
03/02/2014 al 07/03/2014	16,00 h. – 17,00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	
	18,00h. – 19,00 h.	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	Gestión del medio natural y desarrollo local	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	21,00h - 21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2013-2014

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 03 de febrero de 2014 al 23 de mayo 2014

PERIODO DE EXÁMENES: del 29 de mayo al 8 de julio de 2014

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

AULA 1.19A

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
10/03/2014 al 18/04/2014	16,00 h. – 17,00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	
	18,00h. – 19,00 h.	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo	Métodos cuantitativos aplicados al turismo	
	21,00h - 21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

Programación Docente de la Facultad de Turismo. CURSO ACADÉMICO 2013-2014

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PERIODO DE CLASES: del 03 de febrero de 2014 al 23 de mayo 2014

PERIODO DE EXÁMENES: del 29 de mayo al 8 de julio de 2014

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

AULA 1.19A

PERIODO	HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
21/04/2014 al 23/05/2014	16,00 h. – 17,00 h.	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	Creación y comercialización de productos turísticos	ACTIVIDADES ACADÉMICAS COMPLEMENTARIAS
	17,00 h. – 18:00 h.	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	Creación y comercialización de productos turísticos	
	18,00h. – 19,00 h.	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Creación y comercialización de productos turísticos	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	
	19,00h. – 20,00 h.	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	Creación y comercialización de productos turísticos	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	
	20,00h. – 21,00 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		
	21,00h -21,30 h.	Metodología para la investigación en turismo		Metodología para la investigación en turismo		

NOTA: La organización de la docencia de las asignaturas *Prácticas en empresas y organizaciones turísticas* y *Trabajo fin de Máster* se llevará a cabo por la Facultad de Turismo.

CALENDARIO DE EXÁMENES

CALENDARIO DE EXÁMENES

DIPLOMADO EN TURISMO

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES ASIGNATURAS ANUALES Y DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
304 Derecho administrativo turístico	29 de enero	11:00	1.19 B
306 Sociología del turismo	3 de febrero	11:00	1.19 B
817 Tecnología de la información turística	4 de febrero	11:00	1.19 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	6 de febrero	11:00	1.19 B
301 Operaciones y procesos de producción	7 de febrero	11:00	1.19 B
307 Administración RRHH en el sector turístico	11 de febrero	11:00	1.19 B
814 Técnica de la op. Fra aplicada al turismo	12 de febrero	11:00	1.19 B
303 * Prácticas de Turismo	14 de febrero	Último día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **30 de enero hasta el 14 de febrero.**

PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS DEL PRIMER CUATRIMESTRE

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
813 Técnicas de Animación Turística	28 de enero	11:00	1.19 B
812 Geografía turística de Andalucía	31 de enero	11:00	1.19 B
816 Régimen fiscal del turismo	5 de febrero	11:00	1.19 B
305 Psicología social del turismo	10 de febrero	11:00	1.19 B
302 Marketing turístico	13 de febrero	11:00	1.19 B

JUNIO

PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE Y ANUALES

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
304 Derecho Administrativo turístico	9 de junio	11:00	1.19 B
817 Tecnología de la información turística	11 de junio	11:00	1.19 B
306 Sociología del Turismo	13 de junio	11:00	1.19 B
301 Operaciones y procesos de producción	16 de junio	11:00	1.19 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	19 de junio	11:00	1.19 B
307 Admón. RRHH en el sector turístico	24 de junio	11:00	1.19 B
814 Técnica operativa fra. Aplicada al turismo	26 de junio	11:00	1.19 B
303 * Prácticas de Turismo	27 de junio	Ultimo día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **10 hasta el 27 de Junio.**

JUNIO

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES ASIGNATURAS DEL PRIMER CUATRIMESTRE

3 ^{ER} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
813 Técnicas de Animación turística	10 de junio	11:00	1.19 B
812 Geografía turística de Andalucía	12 de junio	11:00	1.19 B
816 Régimen fiscal del turismo	17 de junio	11:00	1.19 B
305 Psicología social del turismo	20 de junio	11:00	1.19 B
302 Marketing Turístico	25 de junio	11:00	1.19 B

SEPTIEMBRE

SEGUNDA CONVOCATORIA ORDINARIA

3 ^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
813 Técnicas de Animación turística	1 septiembre	11:00	1.19 B
306 Sociología del turismo	2 septiembre	11:00	1.19 B
812 Geografía turística de Andalucía	3 septiembre	11:00	1.19 B
301 Operaciones y procesos de producción	4 septiembre	11:00	1.19 B
823 Tecnología de la comunicación audiovisual	5 septiembre	11:00	1.19 B
305 Psicología social del turismo	9 septiembre	11:00	1.19 B
307 Admón. RRHH en las empresas turísticas	10 septiembre	11:00	1.19 B
302 Marketing turístico	11 septiembre	11:00	1.19 B
304 Derecho Administrativo turístico	15 septiembre	11:00	1.19 B
816 Régimen fiscal del turismo	16 septiembre	11:00	1.19 B
817 Tecnología de la información turística	17 septiembre	11:00	1.19 B
814 Técnica de la op. Fra. Aplicada al turismo	18 septiembre	11:00	1.19 B
*303 Prácticas de Turismo	19 de septiembre	Ultimo día para la entrega de la memoria en la Secretaría del Centro	

* El plazo para la entrega de la **Memoria** en la Secretaría del Centro será desde el **2 hasta el 19 de septiembre.**

CALENDARIO DE EXÁMENES
GRADUADO EN TURISMO

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA
ASIGNATURAS DEL PRIMER SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	28 enero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	31 enero	9:00	Aula Magna + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	5 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Introducción a la Economía (103)	10 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	13 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta

2^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	29 enero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	3 febrero	16:00	*Aulas de la 1 ^a planta
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	3 febrero	9:00	*Aulas de la 1 ^a planta
Análisis de Recursos Territoriales Turísticos (202)	6 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	11 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de informática (1.14 y 1.21)
Indicadores Económicos del Turismo (204)	14 febrero	9:00	Aula Magna + Aulas de la 1 ^a planta

3^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Análisis de Mercados Turísticos (301)	28 enero	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	30 enero	9:00	* Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Marketing Turístico (304)	4 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Psicología Social del Turismo (305)	7 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	12 febrero	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1 ^a planta

4^o CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	29 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	30 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	31 enero	12:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	3 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	4 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	5 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	6 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	10 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	11 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	12 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16, 1.18A, 1.19A
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	13 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16 + Aulas de informática (1.14 y 1.21)

* Aulas de la 1^a planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

1^{er} CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	29 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	30 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	4 febrero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	6 febrero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción al Derecho (110)	11 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Estadística (109)	12 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta

2º CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Inglés aplicado al turismo II (205)	28 enero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	30 enero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Contabilidad (211)	4 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Estructura Económica del Turismo (208)	5 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Fundamentos de Marketing (210)	12 febrero	18:00	*Aulas de la 1ª planta

3^{er} CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Derecho Administrativo Turístico (306)	29 enero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	3 febrero	18:00	*Aulas de la 1ª planta
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	6 febrero	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	10 febrero	16:00	Aula de Informática (1.14)
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	13 febrero	10:00	*Aulas de la 1ª planta

4º CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Creación de Empresas Turísticas (412)	7 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Geografía Turística de Andalucía (413)	14 febrero	12:00	Aula 1.15-1.16
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	14 febrero	Fecha límite de entrega de la Memoria	
Trabajo Fin de Grado (415)	11 marzo	Defensa del Trabajo Fin de Grado	

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA ORDINARIA
ASIGNATURAS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	9 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	12 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	17 junio	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta excepto 1.22A
Introducción a la Estadística (109)	20 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	23 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Introducción al Derecho (110)	25 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta

2º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	10 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	13 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Contabilidad (211)	16 junio	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Estructura Económica del Turismo (208)	17 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Fundamentos de Marketing (210)	26 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta

3^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	11 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	16 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	19 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	24 junio	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	27 junio	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

4º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Creación de Empresas Turísticas (412)	5 mayo	9:00	Aula Magna
Geografía Turística de Andalucía (413)	9 mayo	9:00	Aula Magna
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	5 mayo	12:00	Aula Magna (Reunión alumnos con tutores)
	27 junio	Fecha límite de entrega de la Memoria	
Trabajo Fin de Grado (415)	15 julio	Defensa del Trabajo Fin de Grado	

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**PRIMERA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
ASIGNATURAS DEL PRIMER SEMESTRE**

1^{er} CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	11 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	16 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Economía (103)	19 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	24 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	27 junio	12:00	Aulas de la 1ª planta + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)

2º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	9 junio	12:00	Aulas de la 1ª planta
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	12 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	19 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta excepto 1.22A y 1.22B
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	20 junio	12:00	Aulas 1.15-1.16 y aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Francés Aplicado al Turismo II (209)	23 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Indicadores Económicos del Turismo (204)	25 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta

3º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Psicología Social del Turismo (305)	10 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	13 junio	12:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	17 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	23 junio	16:00	*Aulas de la 1ª planta
Marketing Turístico (304)	26 junio	12:00	*Aulas de la 1ª planta

4º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	9 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	10 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	11 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	12 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	13 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	16 junio	18:00	Aula 1.15-1.16
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	17 junio	18:00	Aula 1.15-1.16
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	20 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	24 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	25 junio	16:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	26 junio	16:00	Aula 1.15-1.16

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

GRADUADO EN TURISMO

**SEGUNDA CONVOCATORIA ORDINARIA
SEPTIEMBRE**

1º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Geografía General y Regional del Turismo (101)	1 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo (105)	2 septiembre	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Introducción a la Estadística (109)	3 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo I (102)	5 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Introducción al Derecho (110)	9 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Economía (103)	11 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Alemán Aplicado al Turismo I (106)	12 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo I (107)	12 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo (111)	15 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Organización y Gestión de Empresas (104)	17 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Gestión del Patrimonio Cultural (108)	18 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta

2º CURSO	DÍA	HORA	AULAS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas (201)	2 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo II (205)	3 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Francés Aplicado al Turismo II (209)	4 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Alemán Aplicado al Turismo II (206)	4 septiembre	16:00	Aula Magna
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos (202)	9 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Gestión de Bases de Datos del Turismo (203)	10 septiembre	09:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Fundamentos del Marketing (210)	12 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Derecho Mercantil de la Empresa Turística (207)	15 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Introducción a la Contabilidad (211)	16 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Indicadores Económicos del Turismo (204)	18 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Estructura Económica del Turismo (208)	19 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

3^{er} CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo (308)	1 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Análisis de Mercados Turísticos (301)	3 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Psicología Social del Turismo (305)	4 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas (309)	5 septiembre	9:00	Aula Magna + Aulas de Informática (1.14 y 1.21)
Contabilidad de Empresas Turísticas (302)	9 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Derecho Administrativo Turístico (306)	10 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (310)	11 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Difusión Turística del Patrimonio Cultural (307)	16 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado al Turismo III (303)	17 septiembre	12:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Marketing Turístico (304)	19 septiembre	9:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta

4^o CURSO

	DÍA	HORA	AULAS
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos (404)	1 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Marketing para Empresas y Productos Turísticos (408)	2 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Legislación Laboral en el Sector Turístico (407)	3 septiembre	18:00	Aula 1.15 - 16
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos (401)	4 septiembre	18:00	Aula 1.15-1.16
Historia Económica y Social del Turismo (405)	5 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Sociología del Turismo (409)	9 septiembre	18:00	Aula 1.15-16
Geografía Turística de Andalucía (413)	10 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas (406)	11 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía (410)	11 septiembre	18:00	Aula 1.13A
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas (414)	12 septiembre	Fecha límite entrega de memoria	
Creación de Empresas Turísticas (412)	15 septiembre	16:00	Aula Magna + *Aulas de la 1ª planta
Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos (403)	16 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo (411)	17 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas (402)	18 septiembre	16:00	Aula 1.15-1.16
Trabajo Fin de Grado (415)	14 octubre	Defensa del Trabajo Fin de Grado	
	16 diciembre		

* Aulas de la 1ª planta = 1.13A, 1.13B, 1.15-16, 1.18A, 1.18B, 1.19B, 1.22A y 1.22B.

CALENDARIO DE EXÁMENES
MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y
PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
20/01/2014	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.19A
22/01/2014	Habilidades directivas	17:00 h	1.19A
29/01/2014	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.19A
30/01/2014	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba parcial)	17:00 h	1.19A
03/02/2014	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.19A
09/05/2014	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.19A

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su primera convocatoria ordinaria en Mayo.

CONVOCATORIA ORDINARIA ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
30/05/2014	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.19A
09/05/2014	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo (prueba final)	17:00 h	1.19A
04/06/2014	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.19A
06/06/2014	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	17:00 h	1.19A
09/06/2014	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.19A
11/06/2014	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	17:00 h	1.19A
13/06/2014	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.19A
16/06/2014	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	17:00 h	1.19A
19/06/2014	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.19A
23/06/2014	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	17:00 h	1.19A
25/06/2014	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.19A
27/06/2014	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	17:00 h	1.19A
30/06/2014	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.19A
24/06/2014	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Último día para entrega de la memoria en Secretaría	
04/07/2014	Trabajo fin de máster	9:30 h	1.19A

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

2º CONVOCATORIA ORDINARIA Septiembre 2014

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
01/09/2014	Tecnologías aplicadas al e-tourism	9:00 h	1.19A
01/09/2014	Habilidades directivas	17:00 h	1.19A
02/09/2014	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	9:00 h	1.19A
03/09/2014	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	9:00 h	1.19A
03/09/2014	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.19A
04/09/2014	Planificación y Gestión Territorial Turística	9:00 h	1.19A
04/09/2014	Metodología para la investigación en turismo	17:00 h	1.19A
08/09/2014	Gestión del medio natural y desarrollo local	9:00 h	1.19A
08/09/2014	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	12:00 h	1.19A
08/09/2014	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.19A
10/09/2014	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.19A
10/09/2014	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	12:00 h	1.19A
10/09/2014	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.19A
12/09/2014	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.19A
12/09/2014	Creación y comercialización de productos turísticos	17:00 h	1.19A
15/09/2014	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.19A
15/09/2014	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.19A
09/09/2014	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Último día para entrega de la memoria en Secretaría	
18/09/2014	Trabajo fin de máster	9:30 h	1.19A
17/12/2014		Por determinar	Por determinar

MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES
ASIGNATURAS SEGUNDO SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
17/01/2014	Metodología para la investigación en turismo	9:00 h	1.18B
17/01/2014	Gestión del medio natural y desarrollo local	17:00 h	1.19A
21/01/2014	Gestión económico-financiera de empresas turísticas	9:00 h	1.18B
21/01/2014	El mercado: su conocimiento, atención y fidelización	17:00 h	1.19A
23/01/2014	Gestión avanzada de la producción y la calidad en empresas turísticas	9:00 h	1.18B
23/01/2014	TICs aplicadas a la gestión de empresas turísticas	17:00 h	1.19A
24/01/2014	Herramientas para la gestión y planificación del destino turístico	9:00 h	1.18B
24/01/2014	Gestión y Divulgación del patrimonio cultural	17:00 h	1.19A
28/01/2014	Dirección de recursos humanos en empresas turísticas	9:00 h	1.19A
28/01/2014	Creación y comercialización de productos turísticos	12:00 h	1.19A
30/01/2014	Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	9:00 h	1.19A
30/01/2014	Sistemas de Información Geográfica aplicados al turismo	17:00 h	1.19A
05/02/2014	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	9:00 h	1.19A
13/02/2014	Trabajo fin de máster	9:30 h	1.19A

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE REPETIDORES
ASIGNATURAS PRIMER SEMESTRE**

DIA	ASIGNATURA	HORA	AULA
30/01/2014	Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	17:00 h	1.19A
03/06/2014	Estructura económica del sector turístico. Modelos de negocios y nuevos escenarios	17:00 h	1.19A
05/06/2014	Habilidades directivas	17:00 h	1.19A
10/06/2014	Tecnologías aplicadas al e-tourism	17:00 h	1.19A
12/06/2014	Planificación y Gestión Territorial Turística	17:00 h	1.19A

La asignatura **Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo** tiene su convocatoria extraordinaria en Enero.