



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

PROPUESTA DE DOBLE TÍTULO EN TURISMO y EN
PUBLICIDAD y RELACIONES PÚBLICAS POR LA
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



PROPUESTA DE DOBLE TÍTULO EN TURISMO Y EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El Decanato de la Facultad de Turismo y el Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación han elaborado conjuntamente la propuesta de Doble Grado en Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas que a continuación se presenta y que ha sido informada favorablemente por ambas Juntas de Facultad.

1. Contexto, Motivación y Justificación

El Turismo se ha convertido en una actividad clave en todo el mundo y en España en particular, hasta tal punto que es, desde hace tiempo, uno de los indicadores económicos principales en los países emergentes y desarrollados. Antes de la pandemia de la COVID-19, representaba más del 10% del PIB mundial, siendo su papel en la creación de empleo indiscutible. Igualmente, casi el 30% de las exportaciones de servicios en todo el planeta tienen su origen en el sector de viajes (UNTWO, 2020)¹. En 2019, se superaron los 1.500 millones de llegadas internacionales en todo el mundo, lo que supone un incremento del 4% respecto a 2018.

El origen de esta importante explosión del sector turístico se encuentra, sin duda, en los grandes avances de los últimos años en el transporte, que ha supuesto una importante reducción de los costes, la apertura de nuevos mercados, nuevos modelos de negocio y la irrupción de las nuevas tecnologías de la comunicación e Internet (Buhalis y Law, 2008)².

En este sentido, durante esta década, la comunicación turística ha visto cómo los medios sociales e Internet han revolucionado la estrategia turística (Xiang y Gretzel, 2010³; De San Eugenio 2011⁴; Míguez, Mariné-Roig y Huertas, 2014⁵; Munar y Jacobsen, 2014⁶; Wichels,

¹ UNWTO (2020). Barómetro del Turismo Mundial. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347ç>.

² Buhalis, D. y Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29 (4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>

³ Xiang, Z. y Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31 (2), 179-188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

⁴ De San Eugenio Vela, J. (2011). Comunicación y Territorio. En De San Eugenio, J. (Ed.), *Manual de comunicación turística: de la información a la persuasión, de la promoción a la emoción*, pp. 53-72. Girona: Documenta.

⁵ Miguez, M. I., Mariné-Roig, E. y Huertas-Roig, A. (2014). ¿Utilizan los destinos turísticos los medios sociales para crear diálogo con sus públicos? Estudio de los top post de Facebook y Twitter de los destinos turísticos españoles. En *TURITEC 2014. X Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, (pp. 108-121). Málaga: Universidad de Málaga.

⁶ Munar, A. M. y Jacobsen, S. J. K. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>



2014⁷; Paniagua y Huertas, 2018⁸), no solo de los destinos turísticos y las agencias de viajes, sino también de toda la industria, por las posibilidades que ofrecen para interactuar, conversar y escuchar los intereses y las motivaciones de los viajeros y turistas potenciales (Lim, Chung y A Weaver, 2012⁹; Míguez et al., 2014¹⁰; Altamirano y Túnnez López, 2016¹¹), que ahora son el centro de toda estrategia.

Así, los medios sociales son importantes herramientas de relaciones públicas (Wigley y Lewis, 2012¹²; Huertas, 2014¹³), entendiendo las relaciones públicas como la gestión de la comunicación bidireccional entre una organización turística y sus públicos (Grunig y Hunt, 1984¹⁴). Y entre sus principales potencialidades destaca una efectiva comunicación de las identidades y las marcas de los destinos y empresas turísticas (Munar, 2012)¹⁵. Y esto requiere la formación de profesionales especializados, en un campo en que, hasta la fecha predomina el aprendizaje autodidacta, con estudios en comunicación, turismo e idiomas, situándose entre sus funciones principales la gestión de contenidos relacionados con agenda de los destinos, empresas turísticas, patrimonio y ocio para los medios sociales y la web, la interpretación de métricas, y el diseño de estrategias (Paniagua, Rabassa y Setó, 2015)¹⁶

⁷ Wichels, S. (2014). Cómo las redes sociales están cambiando la comunidad hotelera. *Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 3 (2), 11-24. <https://doi.org/10.37467/gka-revtechno.v3.1185>

⁸ Paniagua, F. J., & Huertas, A. (2018). El contenido en los medios sociales de los destinos turísticos y la búsqueda de información de los usuarios. *Cuadernos de Turismo*, (41). <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327131>

⁹ Lim, Y., Chung, Y. y Weaver, P. (2012). The impact of social media on destination branding: Consumer-generated videos versus destination marketer-generated videos. *Journal of Vacation Marketing*, 18 (3), 197-206. <https://doi.org/10.1177/1356766712449366>

¹⁰ Míguez, M. I., Mariné-Roig, E. y Huertas-Roig, A. (2014). ¿Utilizan los destinos turísticos los medios sociales para crear diálogo con sus públicos? Estudio de los top post de Facebook y Twitter de los destinos turísticos españoles. En *TURITEC 2014. X Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, (pp. 108-121). Málaga: Universidad de Málaga.

¹¹ Altamirano, V. y Túnnez-López, M. (2016). Promoción y difusión turística en los países de Iberoamérica a través de los medios sociales. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 1 (1), 76-90. <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/122>

¹² Wigley, S. y Lewis, B. K. (2012). Rules of engagement: Practice what you tweet. *Public Relations Review*, 38 (1), 165-167. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.08.020>

¹³ Huertas-Roig, A. (2014). *La comunicación de los territorios, los destinos y sus marcas. Guía práctica de aplicación desde las relaciones públicas*. Barcelona: DIRCOM-UOC.

¹⁴ Grunig, J. E., y Hunt, T. (1984): *Managing public relations* (nº 343). New York: Holt, Rinehart and Winston.

¹⁵ Munar, A. M. (2012). Social media strategies and destination management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12 (2), 101-120. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.679047>

¹⁶ Paniagua, F.J.; Rabassa, N.; Setó, D. (2015) The profile of public relations as a key to success for digital communication in tourist destinations [Catalan journal of communication & cultural studies](#), ISSN



Este doble grado se plantea, en primer lugar, como una respuesta formativa dirigida a mejorar las competencias que requieren los y las profesionales de la industria turística, de la creación y planificación publicitaria y de la gestión de las relaciones públicas en organizaciones en un contexto globalizado. Contribuimos, de este modo, a fortalecer las competencias específicas y transversales del Grado en Turismo y del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

- Grado en Turismo: <https://www.uma.es/grado-en-turismo>
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:
<https://www.uma.es/grado-en-publicidad-y-relaciones-publicas>

La propuesta de doble título cuenta con materias y asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas dirigidas a formar a profesionales con conocimientos fundamentales de comunicación con capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social. Dichas materias y asignaturas aportan también competencias para iniciarse en la investigación, con capacidad para diseñar, desarrollar y realizar formatos audiovisuales en comunicación y con conocimientos en las tecnologías audiovisuales.

Por otra parte, las materias y asignaturas del Grado en Turismo que ofrece el doble título proporcionan a los egresados competencias para analizar y sistematizar la información económica de las organizaciones turísticas, así como para comprender las dimensiones espaciales, sociales, culturales, políticas, laborales y económicas del turismo.

El doble grado implementará una formación que permitirá a los egresados desarrollar las competencias necesarias para optar por un futuro profesional orientado hacia la especialización en un sector productivo esencial en la provincia, en la región y en el estado español, añadiendo la dimensión comunicativa al turismo y resignificando las dimensiones múltiples de la sociedad del ocio.

La propuesta supone no sólo la mejora en la formación de los profesionales del sector turístico por el conocimiento de tecnologías comunicativas, que marcan su actividad en el siglo XXI, sino también por la posibilidad de ampliar sus horizontes laborales hacia otras dimensiones de la actividad turística. En ese sentido, se formará a profesionales con unas sólidas competencias (conocimientos, actitudes y destrezas) que les permitirán desarrollar su labor profesional con mayores garantías de éxito y con mejores y más diversas posibilidades de empleabilidad.



2. Viabilidad de la propuesta: recursos materiales y humanos

Inicialmente las plazas de nuevo ingreso para el curso de implantación de este doble título sería de 10 plazas.

Ninguno de los dos centros necesita crear grupos específicos para atender la docencia de los estudiantes matriculados.

El itinerario curricular de 360 créditos que da contenido al Doble título se desarrollaría a lo largo de 5 cursos académicos en los que se combinaría la docencia en ambos centros y en ambos semestres, en horarios de mañana y tarde. La circunstancia de que ambos centros compartan espacio facilita enormemente la compatibilidad; en un futuro, la distribución entre la mañana y la tarde permitirá salvar esa eventualidad al tratarse de centros que se ubicarán en dos campus diferentes.

3. Acuerdo intercentros y Ordenación académica

Se adjunta el acuerdo específico de simultaneidad de estudios y doble titulación entre la Facultad de Turismo y la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Dicho acuerdo incluye también los detalles de ordenación académica de la propuesta de doble grado en los seis anexos que especificamos a continuación:

Anexo I. Plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga

Anexo II. Plan de estudios del Grado en Turismo por la Universidad de Málaga

Anexo III. Itinerario curricular del Doble Grado en Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga

Anexo IV. Tabla de reconocimiento de asignaturas del grado de Turismo por asignaturas del grado en Publicidad y relaciones Públicas

Anexo V. Tabla de reconocimiento de asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por asignaturas del grado en Turismo

Anexo VI. Perfiles de acceso recomendados

En Málaga, a 15 de diciembre de 2021.

POR LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

POR LA FACULTAD DE
TURISMO

Fdo. Dña. inmaculada Postigo Gómez
Decana

Fdo. D. Antonio Guevara Plaza
Decano

Anexo I

Plan de Estudios de las enseñanzas conducente a
la obtención del Título Universitario Oficial de
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones
Públicas por la Universidad de Málaga

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA	
TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación Básica (BA)	60
Obligatorias (OB)	108
Optativas (OP)	66
Prácticas Externas Obligatorias (PE)	0
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
TOTAL	240

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS POR MÓDULOS Y MATERIAS

Módulo Básico de Ciencias Sociales (36 Créditos)
--

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación (6 créditos)	Comunicación Política	6	BA
Derecho (6 créditos)	Derecho de la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	BA
Economía (6 créditos)	Economía y Técnicas de Mercado	6	BA
Historia (6 créditos)	Teoría e Historia de la Publicidad	6	BA
Psicología (6 créditos)	Psicología Aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas	6	BA

Sociología (6 créditos)	Comunicación y Sociedad	6	BA
-------------------------	-------------------------	---	----

Módulo Básico de Comunicación (24 Créditos)

Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
---------	-------------	---------------	----------

Comunicación (24 créditos)	Sistemas de Medios en España	6	BA
----------------------------	------------------------------	---	----

Fundamentos del Periodismo	6	BA
----------------------------	---	----

Fundamentos de Realización Audiovisual en Publicidad y Relaciones Públicas	6	BA
--	---	----

Tecnología de la Comunicación Audiovisual	6	BA
---	---	----

Módulo de Teoría e Historia de la Comunicación (12 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Teorías de la Comunicación (6 créditos)	Teorías de la Comunicación	6	OB
---	----------------------------	---	----

Teoría e Historia de las Relaciones Públicas (6 créditos)	Teoría e Historia de las Relaciones Públicas	6	OB
---	--	---	----

Módulo de Investigación en Comunicación (12 Créditos)			
---	--	--	--

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Investigación Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas (6 créditos)	Investigación Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	OB
---	--	---	----

Método Científico e Investigación en Comunicación (6 créditos)	Método Científico e Investigación en Comunicación	6	OB
--	---	---	----

Módulo de Planificación, Estrategia y Creación en Comunicación (18 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Dirección Estratégica en Publicidad (6 créditos)	Dirección Estratégica en Publicidad	6	OB
Dirección Estratégica en Relaciones Públicas (6 créditos)	Dirección Estratégica en Relaciones Públicas	6	OB
Creatividad Publicitaria (6 créditos)	Creatividad Publicitaria	6	OB

Módulo de Técnicas y Herramientas en Comunicación (18 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Discurso Publicitario (6 créditos)	Discurso Publicitario	6	OB
---------------------------------------	-----------------------	---	----

Planificación de Medios (6 créditos)	Planificación de Medios	6	OB
--------------------------------------	-------------------------	---	----

Técnicas y Herramientas en Relaciones Públicas (6 créditos)	Técnicas y Herramientas en Relaciones Públicas	6	OB
---	--	---	----

Módulo de Especialización en Comunicación Institucional (12 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis (6 créditos)	Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis	6	OB
--	---	---	----

Comunicación Institucional: Administración Pública y Ciudadanos (6 créditos)	Comunicación Institucional: Administración Pública y Ciudadanos	6	OB
--	---	---	----

Módulo de Especialización en Comunicación Empresarial (12 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Empresa de Comunicación (6 créditos)	Empresa de Comunicación	6	OB
Sistema de Comunicación Empresarial (6 créditos)	Sistema de Comunicación Empresarial	6	OB

Módulo de Especialización en Comunicación Social (12 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad (6 créditos)	Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	6	OB

Comunicación en ONG's y Movimientos Sociales (6 créditos)	Comunicación en ONG's y Movimientos Sociales	6	OB
---	--	---	----

Módulo de Nuevas Tendencias en Comunicación (12 Créditos)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Prospectiva en Comunicación (6 créditos)	Prospectiva en Comunicación	6	OB
--	-----------------------------	---	----

Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas (6 créditos)	Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas	6	OB
--	---	---	----

Módulo de Formación Optativa (126 Créditos, de los que los estudiantes deben elegir, 66)

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
----------	-------------	---------------	----------

Campañas de Comunicación Alternativa (6 créditos)	Campañas de Comunicación Alternativa	6	OP
Comunicación Cultural (6 créditos)	Comunicación Cultural	6	OP
Comunicación en Situaciones de Crisis (6 créditos)	Comunicación en Situaciones de Crisis	6	OP
Comunicación Interna (6 créditos)	Comunicación Interna	6	OP
Comunicación para el Ocio (6 créditos)	Comunicación para el Ocio	6	OP
Creación de Campañas en Entornos Digitales (6 créditos)	Creación de Campañas en Entornos Digitales	6	OP
Dirección de Arte y Gráfica Publicitaria (6 créditos)	Dirección de Arte y Gráfica Publicitaria	6	OP
Dirección de Cuentas (6 créditos)	Dirección de Cuentas	6	OP

Diseño Gráfico (6 créditos)	Diseño Gráfico	6	OP
Diseño Web (6 créditos)	Diseño Web	6	OP
Formación de Portavoces (6 créditos)	Formación de Portavoces	6	OP
Fotografía Publicitaria (6 créditos)	Fotografía Publicitaria	6	OP
Imagen de Marca (6 créditos)	Imagen de Marca	6	OP
Prácticas Profesionales (6 créditos)	Prácticas Profesionales	6	OP
Producción Publicitaria (6 créditos)	Producción Publicitaria	6	OP
Protocolo y Organización de Eventos (6 créditos)	Protocolo y Organización de Eventos	6	OP

Realización de Videos Multimedia (6 créditos)	Realización de Videos Multimedia	6	OP
---	----------------------------------	---	----

Redacción del Mensaje Publicitario (6 créditos)	Redacción del Mensaje Publicitario	6	OP
---	------------------------------------	---	----

Relaciones con los Medios de Comunicación (6 créditos)	Relaciones con los Medios de Comunicación	6	OP
--	---	---	----

Relaciones Públicas Especializadas (6 créditos)	Relaciones Públicas Especializadas	6	OP
---	------------------------------------	---	----

Responsabilidad Social (6 créditos)	Responsabilidad Social	6	OP
-------------------------------------	------------------------	---	----

--	--	--	--

Módulo de Trabajo Fin de Grado (6 Créditos)			
---	--	--	--

Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
---------	------------	---------------	----------

Trabajo Fin de Grado (6 créditos)	Trabajo Fin de Grado	6	TFG
-----------------------------------	----------------------	---	-----

--	--	--	--

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CURSO

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Psicología Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	1	BA	6
Sistemas de Medios en España	1	BA	6
Tecnología de la Comunicación Audiovisual	1	BA	6
Teoría e Historia de las Relaciones Públicas	1	OB	6
Teorías de la Comunicación	1	OB	6

Comunicación Política	2	BA	6
-----------------------	---	----	---

Comunicación y Sociedad	2	BA	6
-------------------------	---	----	---

Fundamentos de Realización Audiovisual en Publicidad y Relaciones Públicas	2	BA	6
--	---	----	---

Fundamentos del Periodismo	2	BA	6
----------------------------	---	----	---

Teoría e Historia de la Publicidad	2	BA	6
------------------------------------	---	----	---

SEGUNDO CURSO

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
-------------	----------	----------	------

Comunicación Institucional: Administración Pública y Ciudadanos	1	OB	6
--	---	----	---

Dirección Estratégica en Relaciones Públicas	1	OB	6
--	---	----	---

Economía y Técnicas de Mercado	1	BA	6
--------------------------------	---	----	---

Sistema de Comunicación Empresarial	1	OB	6
-------------------------------------	---	----	---

Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas	1	OB	6
---	---	----	---

Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	2	OB	6
---	---	----	---

Derecho de la Publicidad y las Relaciones Públicas	2	BA	6
--	---	----	---

Dirección Estratégica en Publicidad	2	OB	6
---	---	----	---

Empresa de Comunicación	2	OB	6
----------------------------	---	----	---

Técnicas y Herramientas en Relaciones Públicas	2	OB	6
--	---	----	---

TERCER CURSO

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
-------------	----------	----------	------

Creatividad Publicitaria	1	OB	6
-----------------------------	---	----	---

Discurso Publicitario	1	OB	6
-----------------------	---	----	---

Método Científico e Investigación en Comunicación	1	OB	6
---	---	----	---

Optativa I (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
--	---	----	---

Optativa II (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
---	---	----	---

Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis	2	OB	6
---	---	----	---

Optativa III (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
--	---	----	---

Optativa IV (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
---	---	----	---

Optativa V (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
--	---	----	---

Optativa VI (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
---	---	----	---

CUARTO CURSO

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
-------------	----------	----------	------

Comunicación en ONG's y Movimientos Sociales	1	OB	6
--	---	----	---

Investigación Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas	1	OB	6
--	---	----	---

Planificación de Medios	1	OB	6
-------------------------	---	----	---

Prospectiva en Comunicación	1	OB	6
-----------------------------	---	----	---

Optativa VII (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
--	---	----	---

Optativa VIII (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
---	---	----	---

Optativa IX (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
---	---	----	---

Optativa X (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
--	---	----	---

Optativa XI (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
---	---	----	---

Trabajo Fin de Grado	2	TFG	6
----------------------	---	-----	---

--

Relación de Asignaturas Optativas

Asignaturas

ECTS

Campañas de Comunicación Alternativa

6

Comunicación Cultural

6

Comunicación en Situaciones de Crisis

6

Comunicación Interna

6

Comunicación para el Ocio

6

Creación de Campañas en Entornos
Digitales

6

Dirección de Arte y Gráfica Publicitaria

6

Dirección de Cuentas

6

Diseño Gráfico

6

Diseño Web	6
Formación de Portavoces	6
Fotografía Publicitaria	6
Imagen de Marca	6
Prácticas Profesionales	6
Producción Publicitaria	6
Protocolo y Organización de Eventos	6
Realización de Videos Multimedia	6
Redacción del Mensaje Publicitario	6
Relaciones con los Medios de Comunicación	6
Relaciones Públicas Especializadas	6
Responsabilidad Social	6



Anexo II

Plan de Estudios de las enseñanzas conducente a la obtención del Título Universitario Oficial de Graduado o Graduada en Turismo por la Universidad de Málaga

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA	
TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación Básica (BA)	60
Obligatorias (OB)	132
Optativas (OP)	30
Prácticas Externas Obligatorias (PE)	12
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
TOTAL	240

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS POR MÓDULOS Y MATERIAS			
Módulo de Formación Básica en Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo (60 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Derecho (12 créditos)	Introducción al Derecho	6	BA
	Derecho Mercantil de la Empresa Turística	6	BA
Economía (12 créditos)	Introducción a la Economía	6	BA
	Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo	6	BA
Empresa (18 créditos)	Organización y Gestión de Empresas	6	BA
	Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas	6	BA
	Introducción a la Contabilidad	6	BA
Estadística (6 créditos)	Introducción a la Estadística	6	BA

Geografía (12 créditos)	Geografía General y Regional del Turismo	6	BA
	Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos	6	BA
Módulo de Proyección Profesional (24 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Proyección Profesional (24 créditos)	Creación de Empresas Turísticas	6	OB
	Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas	12	PE
	Trabajo Fin de Grado	6	TFG
Módulo de Créditos Comunes: Economía del Turismo (12 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Economía del Turismo (12 créditos)	Estructura Económica del Turismo	6	OB
	Análisis de Mercados Turísticos	6	OB

Módulo de Créditos Comunes: Gestión de Empresas Turísticas (18 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Gestión de Empresas Turísticas (18 créditos)	Fundamentos de Marketing	6	OB
	Contabilidad de Empresas Turísticas	6	OB
	Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Derecho Aplicado al Sector Turístico (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Derecho Aplicado al Sector Turístico (6 créditos)	Derecho Administrativo Turístico	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Planificación Territorial y Turismo Sostenible (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Planificación Territorial y Turismo Sostenible (6 créditos)	Planificación Territorial y Turismo Sostenible	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Idioma Moderno (12 Créditos)			

Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Idioma Moderno (12 créditos)	Inglés Aplicado al Turismo I	6	OB
	Alemán Aplicado al Turismo I ó Francés Aplicado al Turismo I (a elegir uno de los dos idiomas)	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico (18 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Idioma Moderno Aplicado al Sector Turístico (18 créditos)	Inglés Aplicado al Turismo II	6	OB
	Inglés Aplicado al Turismo III	6	OB
	Alemán Aplicado al Turismo II ó Francés Aplicado al Turismo II (a elegir uno de los dos idiomas)	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Patrimonio (12 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Patrimonio (12 créditos)	Gestión del Patrimonio Cultural	6	OB

	Difusión Turística del Patrimonio Cultural	6	OB
Módulo de Créditos Comunes: Informática para la Gestión Turística (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Informática para la Gestión Turística (6 créditos)	Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo	6	OB
Módulo de Materias Obligatorias de Universidad: Indicadores Económicos del Turismo (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Indicadores Económicos del Turismo (6 créditos)	Indicadores Económicos del Turismo	6	OB
Módulo de Materias Obligatorias de Universidad: Herramientas Informáticas para el Análisis y Gestión de Empresas e Instituciones Turísticas (12 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Herramientas Informáticas para el Análisis y Gestión de Empresas e Instituciones Turísticas (12 créditos)	Gestión de Bases de Datos del Turismo	6	OB
	Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	6	OB

Módulo de Materias Obligatorias de Universidad: Psicología Social del Turismo (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Psicología Social del Turismo (6 créditos)	Psicología Social del Turismo	6	OB
Módulo de Materias Obligatorias de Universidad: Marketing Turístico (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Marketing Turístico (6 créditos)	Marketing Turístico	6	OB
Módulo de Materias Obligatorias de Universidad: Geografía Turística de Andalucía (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Geografía Turística de Andalucía (6 créditos)	Geografía Turística de Andalucía	6	OB
Módulo de Formación Complementaria (78 Créditos, de los que se deben elegir, al menos, 30)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter

Formación Complementaria a la Dirección y Gestión de Empresas Turísticas (30 créditos)	Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos	9	OP
	Marketing para Empresas y Productos Turísticos	9	OP
	Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas	6	OP
	Legislación Laboral en el Sector Turístico	6	OP
Formación Complementaria a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS) Aplicadas al Turismo (9 créditos)	Tecnologías Web Aplicadas al Turismo	9	OP
Formación Complementaria al Análisis Territorial del Turismo (9 créditos)	Gestión del Territorio en Destinos Turísticos	9	OP
Formación Complementaria al Perfeccionamiento de la Lengua Inglesa (6 créditos)	Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas	6	OP
Formación Complementaria al Análisis Económico y Social del Turismo (24 créditos)	Historia Económica y Social del Turismo	6	OP
	Sociología del Turismo	6	OP
	Tecnología de los Alimentos y Gastronomía	6	OP

	Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos	6	OP
--	--	---	----

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS			
PRIMER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Geografía General y Regional del Turismo	1º	BA	6
Inglés Aplicado al Turismo I	1º	OB	6
Introducción a la Economía	1º	BA	6
Organización y Gestión de Empresas	1º	BA	6
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo	1º	OB	6
Alemán Aplicado al Turismo I ó Francés Aplicado al Turismo I [1]	2º	OB	6
Gestión del Patrimonio Cultural	2º	OB	6

Introducción a la Estadística	2º	BA	6
Introducción al Derecho	2º	BA	6
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo	2º	BA	6
SEGUNDO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas	1º	BA	6
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos	1º	BA	6
Gestión de Bases de Datos del Turismo	1º	OB	6
Indicadores Económicos del Turismo	1º	OB	6
Inglés Aplicado al Turismo II	2º	OB	6
Alemán Aplicado al Turismo II ó Francés Aplicado al Turismo II [2]	1º	OB	6
Derecho Mercantil de la Empresa Turística	2º	BA	6
Estructura Económica del Turismo	2º	OB	6

Fundamentos de Marketing	2º	OB	6
Introducción a la Contabilidad	2º	BA	6
TERCER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Análisis de Mercados Turísticos	1º	OB	6
Contabilidad de Empresas Turísticas	1º	OB	6
Inglés Aplicado al Turismo III	2º	OB	6
Marketing Turístico	1º	OB	6
Psicología Social del Turismo	1º	OB	6
Derecho Administrativo Turístico	2º	OB	6
Difusión Turística del Patrimonio Cultural	1º	OB	6
Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo	2º	OB	6
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	2º	OB	6

Planificación Territorial y Turismo Sostenible	2º	OB	6
CUARTO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Optativas [3]	1º	OP	30
Creación de Empresas Turísticas	2º	OB	6
Geografía Turística de Andalucía	2º	OB	6
Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas	2º	PE	12
Trabajo Fin de Grado	2º	TFG	6

Relación de Asignaturas Optativas [4]	
Asignaturas	ECTS
Análisis de la Oferta Complementaria de Servicios Turísticos	6
Contabilidad de Gestión de Empresas Turísticas	6

Desarrollo Empresarial Turístico y Gestión de Alojamientos	9
Gestión del Territorio en Destinos Turísticos	9
Historia Económica y Social del Turismo	6
Inglés Aplicado a la Gestión de Organizaciones y Actividades Turísticas	6
Legislación Laboral en el Sector Turístico	6
Marketing para Empresas y Productos Turísticos	9
Sociología del Turismo	6
Tecnología de los Alimentos y Gastronomía	6
Tecnologías Web Aplicadas al Turismo	9



Anexo III

Itinerario curricular del doble grado en Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas

Títulos y centros implicados

Títulos:

- Grado en Turismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Centros en los que se impartirá:

- Facultad de Turismo
- Facultad de Ciencias de la Comunicación

Número de estudiantes de nuevo ingreso

Se propone ofertar el doble título para 10 estudiantes

Los estudiantes se integrarán en uno de los grupos del Grado en Turismo y en uno del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas con la estructura propia de cada uno. No será necesario crear ningún grupo adicional en ninguna asignatura de ninguno de los cursos.



Planificación temporal de las enseñanzas

1er cuatrimestre		2º cuatrimestre	
1º			
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS
Teorías de la Comunicación	6	Comunicación Política	6
Tecnología de la Comunicación Audiovisual	6	Fundamentos de Realización Audiovisual	6
Teoría e Historia de las RRPP	6	Teoría e Historia de la Publicidad	6
Sistema de Medios de España	6	Comunicación y Sociedad	6
Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y Relaciones Públicas	6	Fundamentos del Periodismo	6
Inglés Aplicado al Turismo I	6	Alemán Aplicado al Turismo I ó Francés Aplicado al Turismo I	6
		Introducción al Derecho	6
Total semestre 1	36	Total semestre 2	42
2º curso			
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS
Comunicación Institucional: Administración Pública y Ciudadanos	6	Dirección Estratégica en Publicidad	6
Dirección Estratégica en Relaciones Públicas	6	Técnicas y Herramientas en RR.PP	6
Sistema de Comunicación Empresarial	6	Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	6
Introducción a la Economía	6	Introducción a la Estadística	6
Geografía General y Regional del Turismo	6	Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo	6
Alemán Aplicado al Turismo II ó Francés Aplicado al Turismo II	6	Inglés Aplicado al Turismo II	6
		Introducción a la Contabilidad	6



Total semestre 3		36	Total semestre 4		42
3º año					
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS		
Método Científico e Investigación en Comunicación	6	Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis	6		
Discurso Publicitario	6	Protocolo y organización de eventos	6		
		Empresa de Comunicación	6		
Análisis de los Recursos Territoriales Turísticos	6	Estructura Económica del Turismo	6		
Organización y Gestión de Empresas	6	Fundamentos de Marketing	6		
Contabilidad de Empresas Turísticas	6	Derecho Mercantil de la Empresa Turística	6		
Difusión Turística del Patrimonio Cultural	6				
Total semestre 5		36	Total semestre 6		36
4º año					
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS		
Creatividad Publicitaria (3º)	6	Creación de Campañas en Entornos Digitales	6		
Planificación de Medios Publicitarios	6				
Comunicación en ONGs y Movimientos Sociales	6				
Gestión de Bases de Datos del Turismo	6	Inglés Aplicado al Turismo III	6		
Marketing Turístico	6	Gestión de la Producción y de la Calidad en Turismo	6		
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas	6	Planificación Territorial y Turismo Sostenible	6		
		Derecho Administrativo Turístico	6		
		Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	6		
Total semestre 7		36	Total semestre 8		36
5º año					
Asignatura	ECTS	Asignatura	ECTS		



Investigación Aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas	6	TFG Publicidad y RR.PP.	6
Prospectiva en Comunicación	6		
Comunicación para el ocio	6		
Análisis de Mercados Turísticos	6	Geografía Turística de Andalucía	6
Psicología Social del Turismo	6	Prácticas en Empresas e Instituciones Turísticas	12
		TFG Turismo	6
Total semestre 9	30	Total semestre 10	30

Cuadro resumen del número de ECTS por semestre

1º			
Semestre 1		Semestre 2	
Carácter	ECTS	Asignatura	ECTS
Formación Básica	12	Formación Básica	36
Obligatoria	24	Obligatoria	6
Total	36	Total	42
2º			
Semestre 3		Semestre 4	
Carácter	ECTS	Asignatura	ECTS
Formación Básica	12	Formación Básica	12
Obligatoria	24	Obligatoria	24
Total	36	Total	42
3º			
Semestre 5		Semestre 6	
Carácter	ECTS	Asignatura	ECTS
Formación Básica	12	Formación Básica	6
Obligatoria	24	Obligatoria	24
Optativa	0	Optativa	6



Total		36	Total		36
4°					
Semestre 7			Semestre 8		
Carácter		ECTS	Asignatura		ECTS
Formación Básica		6	Formación Básica		0
Obligatoria		24	Obligatoria		30
Optativa		0	Optativa		6
Total		36	Total		36
5°					
Semestre 9			Semestre 10		
Carácter		ECTS	Asignatura		ECTS
Formación Básica		0	Formación Básica		0
Obligatoria		24	Obligatoria		6
Optativa		6	Optativa		0
			Prácticas en Empresa		12
			TFG		12
Total		30	Total		30



Anexos IV y V

Tablas de reconocimiento de asignaturas

Resumen de las materias y distribución de créditos ECTS

- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Turismo

Tipo de materia	Grado en Turismo	Reconocidas	Resto	Grado en Publicidad y RR.PP.	Reconocidas	Resto	Doble grado
Formación básica	60	0	60	60	18	42	102
Obligatorias	132	24	108	108	0	108	216
Optativas	30	30	0	66	48	18	18
Prácticas	12	0	12	0	0	0	12
TFG	6	0	6	6	0	6	12
Total	240	54	186	240	66	174	360



Equivalencia de asignaturas obligatorias y de formación básica

Turismo			Publicidad y Relaciones Públicas		
Asignatura	Carácter	Créditos	Asignatura	Carácter	Créditos
Introducción al derecho	BA	6	Derecho de la Publicidad y las Relaciones Públicas	BA	6
Fundamentos de Marketing	BA	6	Economía y Técnicas de Mercado	BA	6
Psicología Social del Turismo	OB	6	Psicología Aplicada a la Publicidad y Relaciones Públicas	BA	6
Indicadores Económicos del Turismo	OB	6	Investigación aplicada a la publicidad y RRPP	OB	6
Gestión del Patrimonio Cultural	OB	6	Campañas de Comunicación Institucional: Creación y Análisis	OB	6
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo	OB	6	Tecnologías Aplicadas a la Publicidad y las Relaciones Públicas	OB	6
Creación de Empresas Turísticas	OB	6	Empresa de Comunicación	OB	6

Las asignaturas que debe cursar el estudiante aparecen en negrita y en azul. Es decir, los estudiantes deberán cursar las asignaturas en la titulación que se indica, y se reconocerán automáticamente en la otra, sin que en ningún caso pueda seguirse el procedimiento inverso.



Asignaturas optativas

Asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que figurarán como optativas en el Grado en Turismo y que deberá cursar el estudiantado para obtener el doble grado		
Asignatura	Carácter	Créditos
Teorías de la Comunicación	OB	6
Tecnología de la Comunicación Audiovisual	BA	6
Comunicación y Sociedad	BA	6
Teoría e Historia de la Publicidad	BA	6
Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad	OB	6
Total		30

Asignaturas del Grado en Turismo que figurarán como optativas en el Publicidad y Relaciones Públicas que deberá cursar el estudiantado para obtener el doble grado		
Asignatura	Carácter	Créditos
Inglés aplicado al Turismo I	OB	6
Inglés aplicado al Turismo II	OB	6
Inglés aplicado al Turismo III	OB	6
Alemán o Francés aplicado al Turismo I	OB	6
Alemán o Francés aplicado al Turismo II	OB	6
Marketing turístico	OB	6
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	OB	6
Introducción a la contabilidad	BA	6
Total		48



Anexo VI

Perfil de acceso recomendado

Para esta titulación no se han establecido condiciones o pruebas de acceso especiales; por lo tanto las vías de acceso al título son las previstas en la legislación vigente. En cualquier caso, consideramos que esta titulación podría ser recomendable para un alumnado interesado en:

- El ámbito de conocimiento del turismo y el ocio.
- Las relaciones con los medios de comunicación, la creación de campañas y la gestión de la comunicación en el sector turístico.
- Los ámbitos de conocimiento de la gestión de alojamientos, la intermediación, la planificación y gestión de los destinos turísticos.
- La gestión y difusión del patrimonio, la creación de productos y actividades turísticas, así como la dirección de eventos.
- La aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación al sector turístico.
- La planificación y el diseño de la imagen de las organizaciones, las empresas y los servicios relacionados con el turismo y el ocio.
- El aprendizaje de otras lenguas y el conocimiento de otras culturas.

Así mismo, nos parece de utilidad que el alumnado cuente con las siguientes aptitudes:

- Se recomienda que el o la estudiante proceda del bachillerato de Ciencias Sociales y Humanidades.
- El perfil del estudiantado que desee ingresar en el grado ha de ser el de una persona activa, con capacidad para la observación y el desarrollo creativo en cualquier tarea, así como capaz de tener una visión estratégica que le permita la anticipación, la adaptación a los cambios, la detección de los problemas y la resolución de los mismos.