



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

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

Régimen de estudios: Tiempo Completo (los estudiantes deberán matricular, al menos 60 créditos)/ Tiempo parcial (los estudiantes que realicen por primera vez su matrícula en el primer curso del plan de estudios deberán formalizar su matrícula en un mínimo de 24 créditos).

Más info: <http://www.uma.es/secretariageneral/newsecgen/>

Conocimientos y competencias:

Básicas y generales:

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

Transversales

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

Específicas.

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



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

Plan de estudios abreviado:

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

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

Esquema general del plan de estudios que se propone:

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



Sistemas de Información Turística	Especialización en sistemas de información turística	Análisis de Datos para toma de decisiones en entornos Turísticos (optativa)	3
		Seguridad en entornos tecnológicos (optativa)	3
		Aplicaciones Móviles para el Sector Turístico (optativa)	3
		Sistemas Inmóviles en empresas turísticas (optativa) (Sin oferta para 2017/2018)	3
Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster	Trabajo Fin de Máster (obligatoria)	12
Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas	Prácticas en empresas y organizaciones turísticas (obligatoria)	6

Perfil de ingreso y requisitos de formación previa:

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

El detalle de los títulos de acceso preferente son:

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

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

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

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

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

Criterios de admisión:

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

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

Plazas: 35

Importe aproximado de Matrícula (precios públicos 16/17):
29,57 euros/crédito



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Información sobre Fechas y plazos para la preinscripción

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

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

Más información / Contactos:

Preinscripción y Acceso: acceso_master@uma.es

Centro responsable: secretario@turismo.uma.es

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

Web del Máster: <http://www.uma.es/master-en-turismo-electronico/>

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