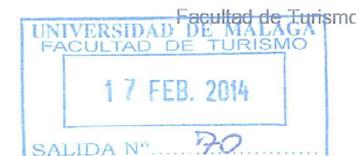




UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



MASTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

2013/2014

PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS DE TFM

Segunda Fase

Plazo: 17 de febrero al 4 de marzo de 2013 (inclusive)

En la segunda fase deberán participar los alumnos que no hayan sido adjudicatarios de trabajos en la primera fase.

Habrán de entregar en la Secretaría del Centro, la instancia con la propuesta de TFM junto a un anexo donde se recoja título, objetivos, métodos, fases de trabajo y director solicitado. La instancia deberá ir firmada por el profesor tutor del trabajo.

Málaga, 14 de febrero de 2014

EL COORDINADOR DE TRABAJO FIN DE MASTER



José Luis Caro Herrero

MÁSTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

PROPUESTAS DE TRABAJO FIN DE MÁSTER (FASE II)

TUTOR	TÍTULO	OBJETIVOS/BREVE RESUMEN
José L. Caro Herrero / Ana Luque Gil	Propuesta de delimitación de áreas de potencialidad turístico-cultural del municipio de Regengos de Monzaraz	<p>Regengos de Monsaraz es la población del Alentejo Portugués cercana a la frontera española centro de una región de importancia vinícola aunque no excesivamente desarrollada económica y turística. En la región alentejana, aunque el desempleo es algo superior a la media portuguesa (8,3% frente al 7,6%), las perspectivas de empleo son aparentemente positivas. Por ejemplo, en el sector aeronáutico: se construye un nuevo aeropuerto en Beja, una base aérea en Ponte de Sor para aviones contra incendios y se construirá el avión bimotor Skylander en Évora. Aunque en la zona colindante a España la situación es posiblemente peor.</p> <p>- Área con un importante patrimonio cultural. Destaca la intensidad en lo que refiere al patrimonio arqueológico y como caso de estudio a monumentos megalíticos: antas, crómlech, menhires o recintos de foso.</p> <p>- Espacio aledaño a un área de importante implantación de la actividad turística como es Évora ciudad Patrimonio de la Humanidad puede servir como referente.</p> <p>OBJETIVOS:</p> <p>- Realizar una propuesta de trabajo para determinar áreas de potencialidad turística en un municipio con un importante patrimonio cultural y arqueológico con especial atención al patrimonio megalítico de la región.</p> <p>METODOLOGÍA</p> <p>- Diagnóstico del área de análisis: sistema territorial y turístico</p> <p>- Determinación de las áreas de potencialidad:</p> <p>o Elementos a considerar en la delimitación de áreas de potencialidad turística: número y tipo de recursos, calidad de los recursos, elementos de homogeneidad en función de los atractivos (fundamentados en la naturaleza del recurso y propuesta de actividades que se puede asociar a los mismos)</p>
Antonio Guevara Plaza/ Javier Ortíz Sánchez	TECNICAS DE POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES DE HOTELES	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Elaborar un listado de los buscadores verticales que se van a tener en cuenta en el estudio y contactar con las personas que nos puedan ayudar. 2.- Elaborar de una entrevista a realizar por teléfono a técnicos de los diferentes buscadores con presencia en España, tales como Booking, Expedia, Lastminute, etc. Y metabuscadores como Trivago, Tripadvisor, etc. 3.- Extraer información de las entrevistas para el tratamiento de datos. 4.- Elaboración de tablas comparativas. El: ¿Qué factores influyen en el posicionamiento de un hotel en la página de resultados de búsqueda de la OTA? 5.- Elaboración de un manual de las principales claves de gestión de cada OTA 6.- Comparativa de rentabilidad del tráfico que se obtiene de una OTA y del que se obtiene de buscadores genéricos como Google.
Alejandro García Pozo	<i>Evolución de macromagnitudes en el sector de la hostelería en los años de crisis.</i>	Con este trabajo se pretende analizar los cambios que se han producido en las principales macromagnitudes de este sector (VAB, empleo, salarios, rentabilidad, etc) con la intención de hacer notar los efectos de la crisis que afecta a la economía española durante los últimos años.
Alejandro García Pozo	<i>El mercado de trabajo en la industria hotelera.</i>	En este trabajo se pretende estudiar los principales elementos que participan en el mercado de trabajo en el sector de la hostelería (Población activa, población parada, empleo autónomo, etc) y su evolución en los últimos años mediante la utilización de datos procedentes del INE.

Francisco Rodríguez Marín	OLEOTURISMO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA	El aceite de oliva constituye un producto gastronómico y la vez cultural, enmarcado a caballo entre el patrimonio industrial y el antropológico. Los determinantes climáticos para el cultivo del olivo lo ha convertido en un producto específico del área mediterránea y, por tanto, poco conocido entre visitantes foráneos y, en sus aspectos más técnicos, también por el nacional. Los recursos turísticos relacionados con el oleturismo se centran en los museos temáticos y especializados distribuidos por diferentes localidades de la provincia y enalmazaras en activo que –o bien ofrecen un área expositiva-, o mantienen un programa de recepción de visitantes, especialmente cuando la campaña está en vigor. Aunque existen ya algunos productos turísticos basados en el aceite puestos en marcha por touroperadores el oleturismo es un sector que dista de estar óptimamente desarrollado. La existencia de asociaciones vinculadas en torno al olivo y la oliicultura, que organizan viajes y desplazamientos en torno a esta cultura, constituye otro aspecto a tratar en este trabajo.
Francisco Rodríguez Marín	MÁLAGA-CARD: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA	Cómo fórmula para promover el crecimiento del sector e incrementar el número de visitantes hacia los recursos menos conocidos, se plantea una fórmula de marketing que cuenta ya con una existencia exitosa en otras capitales europeas, destino habitual del turismo urbano, como son la Amsterdancard, Copenhaguecard o Madridcard. Tras un estudio de viabilidad en función de los emplazamientos y las comunicaciones, se generará una oferta concretada en un precio y la posibilidad de visitar gratis o con descuento monumentos, museos o espacios arqueológicos de Málaga y la provincia.
Francisco Rodríguez Marín	RUTA TURÍSTICA POR LOS TALLERES ARTESANOS DE LA SEMANA SANTA DE MÁLAGA	La Semana Santa de Málaga constituye, además de una manifestación religiosa, una manifestación cultural que funciona, a su vez, como recurso turístico, aunque exclusivamente durante la única semana del año en la que las procesiones constituyen un espectáculo callejero digno de ser admirado. El incremento de visitantes durante esta semana es un hecho ya admitido, constituyendo, en sí mismo, un recurso estacional, que si bien equilibra a la estacionalidad del verano, carece de continuidad a lo largo del año.
Francisco Rodríguez Marín	TRINIDAD GRUND DE HEREDIA Y LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL VALLE DEL GUADALHORCE A FINALES DEL SIGLO XIX	Sin menoscabo de los recursos turísticos cofrades estables más conocidos (museos y casas de hermandad), hay un aspecto que, en la práctica, carece, casi, de explotación turística. En este trabajo se plantea poner en valor la diversidad de artesanías ligadas a la producción cofrade (talla, dorado, bordado, sastrería cofrade...) mediante la creación de un producto que consiste en visitas a los talleres de los artesanos, donde además de recibir las explicaciones oportunas podrán ver cómo trabajan éstos y la diversidad de herramientas y materiales que utilizan. "Trinidad Grund de Heredia constituye un personaje señero y ligado a la industrialización de Málaga durante el siglo XIX. Más desapercibido ha pasado, sin embargo, su papel como promotora del turismo en el valle del Guadalhorce, donde adquirió la hoy denominada cueva prehistórica de Doña Trinidad, en Ardales, que promocionó entre las clases altas de la sociedad malagueña, organizó visitas y fiestas en su interior, y el alojamiento en la localidad de Carratraca, donde construyó un hotel y una residencia que constituye, hoy, la sede de su ayuntamiento. En este trabajo se propone profundizar en su figura y las actuaciones realizadas en torno al turismo, pues constituye una de las experiencias más tempranas de desarrollo turístico en la provincia de Málaga.
INMACULADA MARTÍN ROJO	IMPACTO ECONÓMICO DEL TRANSPORTE MARÍTIMO EN EL SECTOR TURÍSTICO	ANALIZAR EL IMPACTO ECONÓMICO SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO EN LOS DESTINOS CON PUERTO DE MAR DEL TRANSPORTE MARÍTIMO, YA SEAN CRUCEROS O
ANGEL R. MORALES BAÑOS	ANÁLISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA DE UN PROYECTO EMPRESARIAL RELACIONADO CON EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ	El trabajo consistirá en planteamiento de un proyecto empresarial innovador relacionado con el sector turístico andaluz y el análisis de su viabilidad económico-financiera: análisis de la rentabilidad esperada del proyecto y de las posibles fuentes de financiación.
FEDERICO BENJAMÍN GALACHO JIMÉNEZ	UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA Y TÉCNICAS RELACIONADAS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE ÁMBITOS GEOGRÁFICOS CON VISTAS AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.	Se trata de analizar un destino turístico o zona concreta a elegir, para en primer lugar establecer un diagnóstico y posteriormente diseñar un marco para la planificación estratégica de dicho destino. Se puede optar por la la planificación aunque también se puede contemplar una opción para la gestión solamente. La aplicación se puede realizar respecto a turismo interior, turismo urbano o turismos específicos: sol y playa, congresos, parques temáticos, etc.
FEDERICO BENJAMÍN GALACHO JIMÉNEZ	APLICACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA EN LA EVALUACIÓN DE LA APTITUD Y POTENCIALIDAD DEL TERRITORIO PARA ACOGER ACTIVIDADES TURÍSTICAS.	Se trata, bien de simular una propuesta a desarrollar una actividad concreta en un ámbito geográfico a elegir o bien trabajar sobre un caso real de actividades turísticas para evaluar como se está desarrollando. Será necesario concretar qué tipo de actividades.
Rafael Becerra Vicario	Presencia de la empresa familiar en el sector hotelero en Andalucía.	Metodología: Análisis de la situación actual del sector de referencia, aplicación de la metodología necesaria y obtención de conclusiones
Rafael Becerra Vicario	Reputación Online y eficiencia en el sector hotelero de Andalucía.	Metodología: Análisis de la situación actual del sector de referencia, aplicación de la metodología necesaria y obtención de conclusiones
Rafael Becerra Vicario	Agencias de viajes: Contabilidad y fiscalidad.	Metodología: Análisis de la situación actual del sector de referencia, aplicación de la metodología necesaria y obtención de conclusiones

