



## MÁSTER EN TURISMO ELECTRÓNICO

### ASIGNACIÓN DE TRABAJOS FIN DE MÁSTER (FASES I, II y III)

FASE	ALUMNO	TUTOR	TÍTULO
I	Cándido da Silva, Maraisa	Carlos de las Heras Pedrosa	Influencia de las redes sociales en la elección de un destino turístico
I	Caso Riise, Lucía	Carlos Rossi Jiménez	Análisis y diseño de una aplicación web para una agencia de viajes
III	Córdoba Martín, Cristian	Patricia Benavides	Responsabilidad de la plataforma en el arrendamiento de viviendas turísticas
II	Cruz Torres, Cristian	Manuel Enciso	Análisis de datos de la red social twitter en el Turismo en Málaga
I	Díaz González, Alejandro	Patricia Benavides Velasco	Economía colaborativa y plataformas virtuales: Aproximación al estado de la cuestión
III	El Mazouny Zarrouk, Ferdaouss	F. Benjamín Galacho y Enrique Navarro	Diseño de rutas turísticas o estrategias de puesta en valor de recursos territoriales con sistemas de información geográfica y difusión via web o vía móvil.
I	Gallegos Rojas, Sara	José Luis Caro Herrero	Videojuegos y gamificación en turismo
III	González Marín, Fernando	Carlos de las Heras Pedrosa	Estudio y determinación de los <i>stakeholders</i> en los destinos turísticos inteligentes





I	Grella, Roberta	Andrés Aguayo Maldonado	Set jetting: el turismo inducido por el cine y la televisión
II	Hu, Kayuan	F. Benjamín Galacho Jiménez	Evaluación de la capacidad turística de los recursos territoriales de la provincia de Hubei (China)
I	Li, Ping	F. Benjamín Galacho Jiménez	Características de los estudiantes procedentes de China en Málaga y sus preferencias turísticas
II	Martín González, Roberto	Carlos Rossi y Alfonso Cerezo	Análisis y diseño de un sistema de información y gestión de destinos turísticos especializado en turismo de surf en Ciudad del Cabo
I	Montes Comino, Rocío	Carlos Rossi Jiménez	Sistema de información turística interactiva
II	Muñoz Aguilera, Cintia	María Inmaculada Yagüe y Alfonso Cerezo	Desarrollo de una idea de negocio basada en turismo saludable
II	Núñez Gil, Rafael	F. Benjamín Galacho y Juan F. Martínez	Diseño de productos turísticos para el turista japonés en la provincia de Málaga
III	Ortiz Frías, José Javier	Andrés Aguayo Maldonado y Alfonso Cerezo Medina	Oleoturismo en la provincia de Málaga. Análisis de la presencia web y comercialización online de los recursos turísticos asociados al aceite de oliva
I	Pérez Sánchez, Laura	Carlos Rossi Jiménez	Sistema de información turístico Málaga Events
II	Pilaty, Sandy	Carlos de las Heras Pedrosa	La reputación corporativa como generador de valor de un destino turístico inteligente
III	Pinchinatti, Erika Andrea	Carlos Benavides y Alejandro García	Evolución del mercado de la intermediación turística on-line
I	Ribera Pellicer, Andrea	Carlos de las Heras Pedrosa	Redes sociales e imagen de los destinos turísticos: caso Barcelona





II	Ruiz Rodríguez, Ángela	José Luis Caro Herrero	Análisis de la reputación on-line de museos arqueológicos provinciales y de Bellas Artes de España
II	Ruiz Román, Paula	Pedro Merino y Laura Panizo	Diseño e implementación de una aplicación móvil para turistas que visitan la ciudad de Cádiz en crucero
II	Servián Muñoz, María Araceli	Pedro Merino y Laura Panizo	Nuevas tecnológicas aplicables al turismo: realidad aumentada, virtual y holografía
II	Zambrana Lebrón, Cristina	Pedro Merino y Laura Panizo	El sector del lujo: Diseño e implementación de una aplicación móvil de restaurantes de lujo/calidad de la provincia de Málaga
I	Zhang, Ke	Antonio Guevara Plaza	Análisis de la distribución on-line de la planta hotelera de tres estrellas de la ciudad de Hangzhou (China)
III	Zhang, Lulu	Carlos Benavides y Alejandro García	Análisis del impacto de las TIC sobre el sector de la intermediación turística

**Plazo de alegaciones: Hasta el 9 de abril**

Málaga. 4 de abril de 2018

EL COORDINADOR DE LA ASIGNATURA

