FACULTAD DE TURISMO

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

El plan de estudios del Máster está estructurado en dos itinerarios:

- Itinerario/orientación Profesional
- Itinerario/orientación Investigadora/Académica

Para la obtención del título de Máster, obligatoriamente, los/las estudiantes deben completar, al menos, uno de los dos itinerarios previamente indicados.

Para ello el alumnado tendrá que cursar y superar, al menos, 60 créditos, de acuerdo a la siguiente estructura:

- 30 créditos correspondientes a las asignaturas obligatorias.
- 12 créditos correspondientes al Trabajo Fin de Máster.
- El alumnado que elija el itinerario/orientación profesional deberá cursar obligatoriamente la asignatura de "Prácticas en empresas y organizaciones turísticas" de 6 créditos.
- El alumnado que elija itinerario/orientación investigadora/académica deberá cursar obligatoriamente la asignatura de "Metodología para la investigación en turismo" de 6 créditos.
- Los 12 créditos restantes serán a elegir de entre las asignaturas optativas que se ofertan.

El alumnado que opte por la doble orientación (profesional e investigadora/académica) deberá cursar las asignaturas específicas de cada itinerario/orientación, por lo que obligatoriamente deberá cursar y superar, al menos, 66 créditos.

PRIMER CURSO:

Primer semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
101	- Estructura Económica del Sector Turístico. Modelos de Negocios y Nuevos Escenarios	6
104	- Planificación y Gestión Territorial Turística	6
105	- Tecnologías Aplicadas al e-Tourism	6
120	- Habilidades Directivas	6
121	- Métodos Cuantitativos Aplicados al Turismo	6

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
119	- Trabajo Fin de Máster	12

El alumnado debe optar por una de las siguientes asignaturas, en función del itinerario/orientación elegida:

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
115	- Metodología para la Investigación en Turismo (Obligatoria orientación investigadora)	6
116	- Prácticas en Empresas y Organizaciones Turísticas (Obligatoria orientación profesional)	6

y

Asignaturas optativas, por un total de 12 créditos, a elegir por el alumnado de entre las asignaturas siguientes:

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
106	- Creación y Comercialización de Productos Turísticos	3
107	- Dirección de Recursos Humanos en Empresas Turísticas	3
108	- El Mercado: su Conocimiento, Atención y Fidelización	3
109	- Fundamentos del Revenue Management (Yield Management)	3
110	- Gestión Avanzada de la Producción y la Calidad en Empresas Turísticas	3

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
111	- Gestión del Medio Natural y Desarrollo Local	3
112	- Gestión Económico-Financiera de Empresas Turísticas	3
113	- Gestión y Divulgación del Patrimonio Cultural	3
114	- Herramientas para la Gestión y Planificación del Destino Turístico	3
117	- Sistemas de Información Geográfica Aplicados al Turismo	3
118	- TICs Aplicadas a la Gestión de Empresas Turísticas	3

Podrán ampliar información en:
http://www.uma.es/masteres-oficiales/
https://www.uma.es/master-en-direccion-y-planificacion-del-turismo/

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN EJECUTIVA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Estructura del plan de estudios

Créditos obligatorios	30
Créditos optativos	12
Créditos de prácticas académicas externas	12
Créditos de Trabajo Fin de Máster	6
Total Créditos ECTS	60

PRIMER CURSO:

Primer semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
101	- Tipologías y Nuevos Modelos de Negocio de los Alojamientos Turísticos	6
102	- Dirección y Gestión de Operaciones en Alojamientos Turísticos	6
103	- Dirección Estratégica e Innovación en Alojamientos Turísticos	6
104	- Dirección Comercial de Alojamientos Turísticos: Renueve Management	6
105	- Dirección de Recursos Humanos en Alojamientos Turísticos	6

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
115	- Prácticas Externas	12
116	- Trabajo Fin de Máster	6

Asignaturas optativas, por un total de 12 créditos, a elegir por el estudiantado de entre las asignaturas siguientes:

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
106	- Dirección y Gestión de Eventos	3
107	- Dirección y Gestión de Alimentación y Bebidas en Alojamientos Turísticos	3
108	- Viabilidad de Proyectos de Alojamientos Turísticos y Análisis de Inversiones	3
109	- Contabilidad Financiera y de Gestión en Alojamientos Turísticos	3
110	- Canales de Distribución Online	3
111	- Gestión de la Calidad en Alojamientos Turísticos	3
112	- Responsabilidad Social Corporativa y Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales en Alojamientos Turísticos	3
113	- Social Media Marketing	3
114	- Emprendimiento en el Sector de Alojamiento Turístico	3

Podrán ampliar información en:
http://www.uma.es/masteres-oficiales/
https://www.uma.es/master-en-gestion-ejecutiva-de-alojamientos-turisticos/

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

Para obtener el título los/as alumnos/as deben obtener, al menos, 60 créditos ECTS (30 obligatorios, 12 optativos, 6 de Practicas Externas y 12 correspondientes al Trabajo Fin de Máster).

PRIMER CURSO:

Primer semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
101	- Análisis y Diseño de Sistemas de Información en Empresas y Destinos Turísticos (Obligatoria)	6
102	- Aspectos Legales del Negocio Electrónico y Redes Sociales (Obligatoria)	6
104	- La Marca y la Gestión de la Comunicación en Sitios Web Turísticos (Obligatoria)	6
116	- Análisis de Geodatos y Cartografía Digital (Obligatoria)	6
117	- Gestión de Canales de Distribución Online (Obligatoria)	6

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
112	- Prácticas en Empresas y Organizaciones Turísticas (Obligatoria)	6
115	- Trabajo Fin de Máster (Obligatoria)	12

y

Asignaturas optativas, por un total de 12 créditos, a elegir por el estudiantado de entre las asignaturas siguientes:

Segundo semestre

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS
108	- Aplicaciones Móviles para el Sector Turístico	3
109	- Diseño e Implementación de Sitios Web de Contenido Turístico	3
111	- Innovación y Transferencia Tecnológica en Turismo	3
113	- Seguridad en Entornos Tecnológicos	3
114	- Sistemas Inmóticos en Empresas Turísticas	3
118	- Análisis y Promoción de Sitios Web Turísticos	3
119	- Estructura Económica del Mercado de la Distribución Online	3
120	- Inteligencia Turística	3
121	- Marketing Digital Turístico	3

Podrán ampliar información en:
http://www.uma.es/masteres-oficiales/
https://www.uma.es/master-en-turismo-electronico/