

ANEXO. TABLA 1 **La estructura curricular**

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	C	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas	(*)	3	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) Esta materia tiene por objetivo proporcionar a los estudiantes un conjunto de conceptos de economía que sirvan como herramientas para entender el comportamiento económico del sector turístico y su interacción con el resto de los sectores económicos. Se trata de ofrecer un marco conceptual que pueda utilizar el estudiante como instrumento analítico para cuantificar la importancia económica del sector y para comprender la incidencia de los factores y determinantes que puedan condicionar, tanto la dinámica del conjunto del sector, como de la propia evolución de las empresas turísticas dentro del mismo.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	C	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Organización y Gestión de Empresas Turísticas	(*)	5	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) El objetivo principal de este módulo del programa es proporcionar una visión completa del ámbito de la administración y la gestión empresarial para estimular el desarrollo de competencias directivas. Ser capaces de analizar, diagnosticar, pronosticar, elegir e implementar el futuro de la empresa y su entorno a fin de conseguir los objetivos mediante planes de acción realistas con sentido global y desarrollar los procedimientos instrumentales y políticos. En definitiva se quiere profundizar en los diferentes contextos de organización y especialmente en su puesta en práctica.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	C	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	(*)	3	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) Proporcionar una metodología útil para el desarrollo e implantación de estrategias que permitan organización y valorar la información de la empresa turística y su entorno. Entre los objetivos específicos destacamos los siguientes: Contextualizar el proceso de dirección estratégica en el ámbito del sector turístico. Caracterizar a la empresa turística en relación a los procesos de internacionalización de empresas. Establecer un perfil del directivo turístico internacional: formación, dificultades, etc. Identificar el potencial de las nuevas tecnologías en los procesos de dirección estratégica de las empresas turísticas.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Gestión de Recursos Humanos y Comunicación en las Empresas Turísticas	(*)	2	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*)La gestión de los RRHH se ha ido configurando como un factor clave de diferenciación en la estrategia empresarial. Esto es fundamentalmente debido a aspectos tales como los procesos de comunicación, la gestión del tiempo y las reuniones, el desarrollo de la creatividad, la necesidad de liderazgo o la importancia del proceso de negociación, los cuales se sustentan en la capacidad de las personas. Por ello, con este modulo pretendemos dar a conocer las técnicas para desarrollar estas competencias y así capacitar a los participantes para optimizar los recursos humanos de su organización.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	C	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Gestión de Compras y Almacén (A+B)	(*)	2.5	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) Este módulo tiene como objetivo analizar el diseño, gestión y mejora de los procesos productivos y de prestación de servicios del departamento de alimentación y bebidas mediante una visión integrada de la organización y de su gestión. En él se abordarán aspectos fundamentales para la competitividad empresarial como las estrategias de mejora de las operaciones y la gestión de la calidad total.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Gestión Comercial y Marketing en Empresas Turísticas	(*)	4.5	Oblig.	1 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*)Con el contenido de este módulo se pretende facilitar a los futuros directivos los conocimientos necesarios para formular e implantar estrategias comerciales. Para ello se dará una visión completa de las herramientas de Dirección Comercial. En definitiva se pretende la confección de un plan de marketing así como estudiar las diversas técnicas para realizar una correcta investigación comercial.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios

2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas

3. Trabajos en grupo

4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase

2. Exámenes (papel y lápiz)

3. Ensayo, trabajo individual o en grupo

4. Exposiciones o demostraciones

5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Gestión de los Sistemas de Información Contable- financiero en Empresas Turísticas	(*)	5	Oblig.	2 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*)Con En esta unidad se formará al alumno en las técnicas financieras y de control de gestión más relevantes y actuales para la toma de decisiones en el ámbito financiero de la empresa, integrándolas de forma eficiente en la estrategia corporativa. Objetivos específicos son: 1. Conocimiento del marco contable: información interna y externa. 2 Interpretación de Estados Financieros. 3 Evaluación de la calidad de la información contable: Auditoría externa. 4 Analizar el papel de la Contabilidad de Gestión en el proceso de planificación y control. 5 Presentar el Cuadro de Mando como herramienta de gestión.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios

2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas

3. Trabajos en grupo

4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase

2. Exámenes (papel y lápiz)

3. Ensayo, trabajo individual o en grupo

4. Exposiciones o demostraciones

5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Dirección financiera de las empresas turísticas	(*)	5	Oblig.	2 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) El objetivo de la asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos relativos a las modernas técnicas de dirección y gestión financiera, bajo una perspectiva empresarial y de un modo integrador. Asimismo, se pretende proporcionar una formación práctica que le aporte al alumno las herramientas e instrumentos de decisión necesarios para gestionar el departamento económico-financiero de cualquier empresa turística.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Métodos de Investigación Aplicados al Turismo	(*)	3	Oblig.	2 semestre	Teórica Práctica Metodológica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) Los objetivos de esta materia van dirigidos a que el alumno domine la investigación por muestreo estadístico y el diseño de la encuesta. Así mismo deberá saber aplicar diferentes técnicas econométricas y estadísticas avanzadas aplicadas al turismo. En el curso se hará también énfasis en otras técnicas cuantitativas y cualitativas

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios

2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas

3. Trabajos en grupo

4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase

2. Exámenes (papel y lápiz)

3. Ensayo, trabajo individual o en grupo

4. Exposiciones o demostraciones

5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos	(*)	2	Oblig.	2 semestre	Teórica Práctica Metodológica	Presencial	Clases T. grupo T. Individual	Asistencia Exámenes T. ind. O grupo

(*) El objetivo fundamental de la materia es la comprensión del concepto de sostenibilidad, aplicado a la actividad turística. Hasta no hace muchos años se le había prestado poca importancia a los impactos negativos del turismo, cuando en realidad la actividad turística puede causar notables impactos económicos, sociales y ambientales en el territorio.

Tras analizar la trayectoria de la planificación sostenible del turismo, la materia explora esta triple dimensión de la sostenibilidad turística, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. También se analiza a través de las principales tipologías de turismo (sol y playa, ecoturismo, turismo cultural, etc.). Se le concede especial atención a los indicadores de sostenibilidad, así como a la planificación territorial y sectorial, fundamental para la consecución de una actividad turística que sea respetuosa con la naturaleza, con las tradiciones y las culturas locales, y que genere dinamismo económico e igualdad de oportunidades.

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Prácticas de Iniciación en Empresas Turísticas	(*)	12,5	Oblig.	1 y 2 semestre	Teórica Práctica	Presencial	Clases Práctica Externa T. grupo T. Individual	Asistencia T. ind. O grupo Informe de Prácticas

(*) Se pretende que los alumnos experimenten directamente los conocimientos adquiridos, analizando in situ los procesos y funciones de los distintos departamentos del Hotel (Administración, Alojamiento, Marketing, Alimentos y Bebidas).

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

Ficha de la asignatura: es necesario rellenar una ficha por cada una de las unidades de matriculación

a	b	c	d	e	f	g	h	i
MATERIA /ASIGNATURA (Unidad de matrícula)	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	NÚMERO DE CRÉDITOS ECTS	TIPO	SECUENCIA	CARÁCTER	DESARROLLO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	EVALUACIÓN
Trabajo Fin de Master	(*)	12,5	Oblig.	2 semestre	Práctica: Trabajo Fin de Master	Semipresencial	T. Individual	T. individual Exposición

(*) Se pretende que los alumnos plasmen directamente los conocimientos adquiridos. El trabajo podrá consistir en la creación y puesta en funcionamiento de una empresa turística, en la valoración de cambio en el diseño e implantación de la estrategia de una empresa ya creada y que suponga una mejora respecto a la situación actual y en el análisis y estudio de cualquier subsector del turismo y su implicación a la gestión empresarial (Idiomático, deportivo, cultural, ,,,).

(d) Obligatoria/Optativa

(e) 1º semestre, 2º semestre,...

(f) Teórica/ Aplicada/Metodológica/Práctica (PFC, Prácticum, Problemas/casos)

(g) Presencial/Semipresencial/No presencial)

(h) Grandes tipologías:

1. Clases, seminarios
2. Prácticas "regladas": laboratorio, campo, seminarios, externas
3. Trabajos en grupo
4. Trabajos individuales

(i) Ejecuciones del estudiante sobre las que se tendrá que evaluar:

1. Asistencia y participación en clase
2. Exámenes (papel y lápiz)
3. Ensayo, trabajo individual o en grupo
4. Exposiciones o demostraciones
5. Informes de prácticas

