**Actas de la comisión académica del 07 de febrero de 2020**

Una vez convocados y reunidos los miembros de la comisión académica del Máster Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas, de la convocatoria en sesión ordinaria a celebrar el próximo **viernes, día 07 de febrero de 2020,** a las 09.15 horas en primera convocatoria y 09.30 horas en segunda, en la Sala de Juntas del Campus de La Merced, con el siguiente orden del Día

1. Aprobación, si procede, de las actas de sesiones anteriores

2. Aprobación, si procede, de la solicitud de la expresión de interés de modificación de un título de máster oficial, para la introducción de un nuevo itinerario del Máster Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas.

3. Asuntos de trámite

4. Ruegos y preguntas

Se toman los siguientes acuerdos:

1. Aprobación, si procede, de las actas de sesiones anteriores

Se Aprueba por unanimidad.

1. Aprobación, si procede, de la solicitud de la expresión de interés de modificación de un título de máster oficial, para la introducción de un nuevo itinerario del Máster Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas.

Se aprueba por unanimidad de los miembros asistentes, la expresión de interés de modificación de un título de máster oficial, para la introducción de un nuevo itinerario del Máster Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas, con la siguiente estructura:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| La estructura del plan de estudios y las áreas de conocimiento que se harán cargo de cada una de las asignaturas a impartir, así como la distribución de créditos quedaría de la siguiente manera:  **MÓDULOS OBLIGATORIOS COMUNES A AMBOS ITINERARIOS**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **ASIGNATURA** | **DESCRIPTOR** | **CRÉDITOS** | **ÁREA DE CONOCIMIENTO** | | Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas | Desarrollara la capacidad de Evaluar con métodos científicos, los objetivos y resultados de la implementación de Políticas Públicas en materia de Turismo, comprobando su viabilidad y eficiencia, diagnosticando sus puntos fuertes y puntos débiles y proponiendo medidas correctoras y alternativas. | 3 | Economía Aplicada | | Organización y Gestión de Empresas Turísticas | 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. | 3 | Organización de Empresas | | Gestión Comercial y Marketing de las Empresas Turísticas | 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.  Impulsar en el alumno el trabajo en equipo y el desarrollo de capacidades importantes para el desarrollo de su actividad como la creatividad, autonomía, motivación, búsqueda de información y otras. | 3 | Comercialización e Investigación de Mercados | | Gestión de los Sistemas de Información Contable-Financiero en Empresas Turística | Proporcionar conocimiento del marco contable: información interna y externa.  Interpretación de Estados Financieros.  Evaluación de la calidad de la información contable: Auditoría externa.  Analizar el papel de la Contabilidad de Gestión en el proceso de planificación y control.  Presentar el Cuadro de Mando como herramienta de gestión. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad | | Dirección Económica-Financiera de las Empresas Turísticas | Formar 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. El alumno recibirá una formación práctica con las herramientas necesarias e instrumentos de decisión necesarios para la dirección del área económico-financiera de cualquier empresa turística. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad | | Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos en Empresas Turística | Profundizar en el conocimiento del medio geográfico como base de la actividad turística.  Estudiar el territorio para el desarrollo del turismo, teniendo en cuenta la capacidad del espacio para sostener las actividades turísticas.  Analizar los efectos territoriales y ambientales del turismo.  Comprender el concepto de sostenibilidad, aplicado a la actividad turística.  Propiciar el trabajo en equipo de los alumnos.  Introducir la gestión ambiental y de los recursos turísticos como un elemento a tener en cuenta en la empresa turística. | 3 | Análisis Geográfico Regional | | Tecnologías de la Información y la comunicación aplicados al sector turístico | Metodología de diseño y desarrollo de sistemas de información en la empresa turística. Sistemas de información gerencial. Aplicaciones gerenciales de las tecnologías de la información. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad | | Métodos de Investigación Aplicados al Turismo | Conocer los principales elementos de la investigación científica. Identificar los elementos de un plan de investigación aplicado al turismo. Captación de fuentes de datos primarios y secundarios. Conocer y aplicar las principales técnicas estadísticas y econométricas aplicables a la investigación turística.  Aprender a diseñar, formular e implementar un proyecto de investigación aplicable al ámbito del turismo en su vertiente socioeconómica. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad (1,5), Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa (1,5) |   **ITINERARIO: DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **ASIGNATURA** | **DESCRIPTOR** | **CRÉDITOS** | **ÁREA DE CONOCIMIENTO** | | Dirección Estratégica de Empresas Turísticas | 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.  Favorecer el dominio de la terminología requerida.  Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis.  Favorecer el trabajo en equipo. | 3 | Organización de Empresas | | Gestión de Compras y Almacén | Identificar la importancia del departamento de control de costos de alimentos y bebidas, explicando su ubicación y organización.  Conocer y reconocer los procesos de control de costos de alimentos y bebidas de acuerdo al proceso.  Observar el proceso de compras de alimentos y bebidas y, analizar los lineamientos, técnicas y sistemas para la compra.  Conocer las técnicas para la recepción, almacenaje y despacho de mercancías. | 3 | Organización de Empresas | | Gestión de Recursos Humanos y Comunicación | 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. | 3 | Organización de Empresas | | Organización y Gestión de Empresas Turísticas II | Profundizar en la administración y la gestión empresarial para estimular el desarrollo de competencias directivas. | 3 | Organización de Empresas | | Marketing Digital | Estudio de la tecnología de la información y de los sistemas informáticos para el diseño de una campaña publicitaria en línea, a través del las TIC y las redes sociales. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad (1,5), Dirección de Empresas y Marketing (1,5) | | Dirección Económica-Financiera de las Empresas Turísticas II | Profundizar 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. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad |   **ITINERARIO: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO Y LOS RECURSOS TURÍSTICOS**   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **ASIGNATURA** | **DESCRIPTOR** | **CRÉDITOS** | **ÁREA DE CONOCIMIENTO** | | Gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial | Conocimientos específicos sobre la gestión del Patrimonio Inmaterial, promoviendo la salvaguardia de los valores, saberes, tradiciones, costumbres y prácticas diversas.  Propone herramientas teóricas y prácticas para el análisis, reflexión y estudio del Patrimonio Cultural Inmaterial, como también para el diseño y desarrollo de proyectos, planes y/o programas especiales de salvaguarda. | 3 | Antropología Social | | Gestión del Patrimonio Arqueológico e Histórico-Artístico | Conocimientos específicos sobre la gestión del Patrimonio Arqueológico e Histórico-Artístico, con especial atención al Patrimonio inmueble.  Propone herramientas teóricas y prácticas para el análisis, reflexión y estudio del Patrimonio Arqueológico e Histórico-Artístico, como también para el diseño y desarrollo de proyectos, planes y/o programas especiales de salvaguarda. | 3 | Arqueología (1,5), Historia del Arte (1,5) | | Métodos y Técnicas de Planificación del Territorio Turístico | Desarrollo de técnicas, instrumentos y herramientas para la puesta en valor de patrimonio y recursos turísticos, su análisis, gestión, planificación y ordenación en el espacio turístico | 3 | Análisis Geográfico Regional (1,5), Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa (1,5) | | Ordenación del Territorio y Gestión de Recursos Turísticos | Marco teórico y metodológico que conforma la ordenación del territorio y la gestión de los recursos turísticos. Se estructura en dos partes: 1) Ordenación del territorio a diferentes escalas; 2) gestión de los recursos turísticos y grado de cumplimiento de los objetivos de la ordenación del territorio | 3 | Análisis Geográfico Regional | | Creación de Productos Turísticos | Proporcionar conocimientos para desarrollar estrategias para vender el producto adecuado al cliente adecuado en el momento adecuado y al precio adecuado, sensibilidad del precio. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad (2), Análisis Geográfico Regional (1) | | Posicionamiento Web | Estudio de la tecnología de la información y de los sistemas informáticos, con especial atención al diseño y ubicación de páginas web, las redes sociales y su aprovechamiento y al posicionamiento en la red. | 3 | Economía Financiera y Contabilidad |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **ÁREA DE CONOCIMIENTO** | **CRÉDITOS** | **Impartidos por docentes de la UHU** | **Impartidos por profesorado Externo** | | Economía Aplicada | 3 | 3 | 0 | | Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa | 3 | 3 | 0 | | Economía Financiera y Contabilidad | 21,5 | 19,5 | 0,5 | | Organización de empresas | 15 | 7 | 8 | | Comercialización e Investigación de Mercados | 3 | 2,5 | 2 | | Análisis Geográfico Regional | 8,5 | 8,5 | 0 | | Arqueología | 1,5 | 1,5 | 0 | | Antropología Social | 3 | 3 | 0 | | Historia del Arte | 1,5 | 1,5 | 0 | | TFM | 9 | 9 | 0 | | Prácticas Externas | 9 | 9 | 0 | | **Totales** | **78** | **67,5** | **10,5** |   De los créditos anteriores, al igual que en el Máster Oficial al que esta propuesta modifica, 10,5 créditos serían impartidos por expertos externos de las aéreas mostradas en la tabla anterior, pudiendo variar la carga de los expertos de un área a otra en función de las necesidades formativas del mismo y de la capacidad docente del área. Por otro lado, en el caso de que alguna de las áreas anteriores no disponga de capacidad suficiente para hacer frente a la docencia prevista, esta podrá́ ser asumida por otras áreas de los departamentos implicados (“Economía”; “Economía Financiera, Contabilidad y Dirección de Operaciones”; “Dirección de Empresas y Marketing”; “Historia, Geografía y Antropología”) hasta la liberación de recursos suficientes. |

1. Asuntos de trámite.

No existen asuntos de trámites.

1. Ruegos y preguntas

No existen ruegos, ni preguntas.

Relación y firma de los miembros asistentes de la comisión académica del Máster Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas, de la convocatoria en sesión ordinaria celebrada el **viernes, día 07 de febrero de 2020,** a las 09.15 horas en primera convocatoria y 09.30 horas en segunda, en la Sala de Juntas del Campus de La Merced:

Alfonso Infante Moro

Ignacio Pomares Hernández

David Toscano Pardo

Juan Carlos Infante Moro

Tomás Escobar Rodríguez

Laura Muñoz de la Corte

Félix García Ordaz

Mª Ángeles Plaza Mejía