

# **1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO**

## **1.1. Denominación**

- Master Universitario en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas

## **1.2. Universidad Solicitante y Centro, Departamento o Instituto responsable del programa**

- Universidad Solicitante: Universidad de Huelva
- Departamento Responsable del programa: Dpto. de Economía General y Estadística de la Universidad de Huelva

## **1.3. Tipo de enseñanza**

- Presencial

## **1.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (estimación para los 4 primeros años en que se imparta el título)**

- Numero de plazas de nuevo ingreso ofertadas: 20 plazas por curso
- Estimación para los cuatro primeros años: 80 plazas

## **1.5. Número de créditos y requisitos de matriculación**

- Número de créditos del título: 60 ECTS
  - El número de horas por crédito es de 25, y en ellas están comprendidas las horas correspondientes a las clases lectivas, teóricas y prácticas, las horas de estudio, las dedicadas a la realización de seminarios, trabajos, prácticas y las exigidas para preparación de los exámenes y pruebas de evaluación. Esta asignación de créditos, y la estimación de su correspondiente número de horas por crédito, da lugar a que un estudiante dedicado a cursar a tiempo completo estos estudios universitarios emplee 38 semanas en el desarrollo del curso académico
- Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y período lectivo, y en su caso, normas de permanencia:
  - De los 60 créditos del Master, 19.5 son de materias optativas y 40.5 son de materias obligatorias. Dentro de las materias obligatorias está la correspondiente al Trabajo Fin de Master con una carga de 12.5 créditos y la correspondiente a las Prácticas Profesionales Externas con una carga de 12.5 créditos. El alumno debe matricularse en el primer curso académico como mínimo de las materias obligatorias salvo del Trabajo Fin de Master y de las Prácticas Externas, es decir, de 15.5 créditos.
  - Para permitir a los estudiantes cursar estudios a tiempo parcial las horas lectivas en las clases de teoría podrán ser sustituidas por trabajos a desarrollar por el alumno bajo la supervisión del profesorado. Por otra

parte y dado que el Master tiene una orientación claramente profesional no podrán ser cambiadas las horas dedicadas al módulo de prácticas en empresas.

- No hay normas de permanencia
- Necesidades educativas especiales
  - En el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, se crearán los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

#### **1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al título de acuerdo con la normativa vigente**

- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas
- Orientación: Profesional
- Naturaleza de la institución que ha conferido el título: Institución Pública
- Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios: Centro Propio de la Universidad
- Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título: no procede ya que el título no está vinculado a una profesión regulada.

De todas formas la orientación profesional del título es la de dirección y gestión de empresas turísticas, con especial atención a los establecimientos hoteleros. Queremos mencionar aquí al libro blanco del grado en turismo elaborado por la Aneca que en el apartado cuarto “perfiles profesionales del turismo” y en su punto 5.2 “figuras profesionales del grado en turismo” se enumeran las profesiones a las que capacita el grado y el master. Todas las referidas en el ámbito de alojamientos y en las empresas cadenas hoteleras y asociaciones hoteleras son las que asume también este master:

- Director de cadena hotelera
- Director Económico - Financiero
- Director de Recursos Humanos
- Director de Compras
- Director de Marketing
- Director de Calidad
- Director de Explotación
- Director de reservas (booking)

- Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo: Español e Inglés

## **2. OBJETIVOS (Punto 3 del Anexo I del R.D. 1393/2007)**

### **2.1. Competencias a adquirir por el estudiante**

Como paso previo a la definición de las competencias a adquirir por el estudiante se muestran en este apartado los objetivos que reflejan la orientación profesional que pretende darse al título, ayudando con ello a comprender el sentido de la propuesta de competencias que debe adquirir el estudiante y que son exigibles para otorgar el título.

El objetivo general es el de crear profesionales capacitados para la dirección y gestión sostenible de empresas turísticas con una formación avanzada, especializada y multidisciplinar. No obstante, también se tienen como objetivos formativos específicos los siguientes:

- Aportar una profunda visión del entorno y del sector en el que desarrollan sus actividades las empresas turísticas, con un análisis detallado de la situación actual y perspectivas futuras del mismo.
- Proporcionar los conocimientos necesarios para lograr la internacionalización de empresas y organizaciones y la creación de nuevos proyectos empresariales en el sector.
- Capacitar al participante en el uso de las técnicas de gestión y dirección que le permitan analizar, planificar, ejecutar y controlar las actividades de las empresas turísticas, dotándole de las habilidades que le ayuden a exponer y convencer de sus ideas a las diferentes partes implicadas en la organización.
- Incentivar el aprendizaje y conocimiento como claves que enriquecen la creatividad de la actividad empresarial y ayudan a detectar nuevas oportunidades en el sector turístico.
- Transmitir los conocimientos más recientes y las mejores prácticas en las áreas de gestión y desarrollo de las empresas turísticas.
- Formar técnicos capaces de articular el proceso de gestión turística de una correcta ordenación del territorio y del desarrollo socio-económico de las áreas de destino.
- Estimular la innovación y el desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Dotar a los alumnos de conocimientos en la gestión turística destacando el papel de las nuevas tecnologías.
- Dotar a los alumnos de conocimientos y habilidades para la gestión y planificación turística, tanto desde la perspectiva funcional, como territorial, medioambiental y cultural.
- Habituarse a los alumnos en el manejo de las técnicas de investigación turística

Por tanto, el objetivo del Master Oficial en Turismo: Dirección de Empresas Turísticas es la obtención por parte del alumno de una serie de competencias que le capaciten para desenvolverse con éxito en el desarrollo de actividades profesionales en el ámbito de la dirección y gestión de empresas turísticas. La orientación principal del master es la de capacitar para el ejercicio profesional, aunque también sirve para completar la formación académica del alumno y de iniciación en actividades investigadoras.

Expuestos los objetivos se indican las competencias transversales y específicas a adquirir por el estudiante y que se definen teniendo en cuenta el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios

de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.

El alumno deberá alcanzar las siguientes competencias, lógicamente todas ellas adaptadas al ámbito turístico

- Competencias transversales:
  - Definir prioridades en la consecución de objetivos
  - Tener visión innovadora, prospectiva y preactiva
  - Adaptarse a nuevas situaciones
  - Tomar decisiones y resolver problemas
  - Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos
  - Trabajar en un contexto de responsabilidad social
  - Manejar las técnicas de comunicación y servucción
  - Negociar: llegara a acuerdos
  - Organizar y liderar equipos
  - Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo
  - Compromiso ético
  - Capacidad de aprender de forma autónoma (autoaprendizaje)
  - Manejar técnicas de recogida y análisis de datos
  - Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas
  - Convertir un problema empírico en un objetivo de investigación y elaborar conclusiones
  
- Competencias específicas
  - Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos y su incidencia en la Gestión y Dirección de entidades turísticas
  - Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos
  - Conocer los principios de la gestión sostenible
  - Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías
  - Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino turístico para la gestión de nuevas entidades o desarrollo de innovaciones turísticas
  - Entender el destino turístico y empresa como sistema
  - Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social
  - Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística
  - Conocer las técnicas de dirección empresarial
  - Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas
  - Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas
  - Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
  - Saber representar a la organización
  - Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión

- Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente (managemet) los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (Financiero, comercial, personal, ...)
- Diseñar productos y emprender proyectos turísticos con criterios sostenibles
- Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
- Aplicar instrumentos de planificación
- Conocer las políticas que afectan al turismo, analizando los objetivos, las estrategias y los instrumentos públicos de la planificación turística para su aprovechamiento en la gestión empresarial
- Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
- Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística

Todas estas competencias, generales y específicas, garantizan las competencias básicas a las que se aluden en el R.D. 1393/2007 y que se recogen en el anexo de dicho decreto y que son:

- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio;
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios;
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades;
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### 3. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES (Punto 4 del Anexo I del R.D. 1393/2007)

#### 3.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y la titulación.

- Sistemas de información

Se dará **información** del master a través de la web de la Universidad de Huelva ([www.uhu.es/posgrado](http://www.uhu.es/posgrado)), de la web propia del Master ([www.masterturismo.es](http://www.masterturismo.es)) y de otros medios de comunicación, así como a través del SOIPEA.

Actualmente el Master en Turismo tiene una página web ([www.masterturismo.es](http://www.masterturismo.es)) que sirve de comunicación directa con los alumnos y público en general.

El proceso de matrícula también será conocido a través de las páginas de internet antes mencionadas (la de la universidad y la del propio master). También el distrito único universitario andaluz ofrece información del proceso de matrícula. En las páginas de la universidad y del master hay enlaces al distrito único universitario de Andalucía

La difusión de la información relacionada con la Universidad de Huelva se realiza a través de diversos canales:

##### - Página Web de la universidad

En primer lugar, la Universidad de Huelva tiene disponible en su página Web ([www.uhu.es](http://www.uhu.es)) una información muy completa sobre la Universidad, incluyendo historia, situación, planos, la UHU en imágenes... Además en la misma página Web se puede encontrar información pormenorizada sobre la estructura de la Universidad (Facultades, Escuelas, Departamentos, Institutos...), Servicios a la Comunidad Universitaria (Bibliotecas, Documentación, Hemeroteca, Lenguas Modernas, Traducción, Aulas de Informática, Deportes, Salud, Ayudas y servicios al alumnado, Reclamaciones, Publicaciones, Defensor Universitario, Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria, Promoción Cultural, Tarjeta Universitaria...). Existen perfiles específicos en función de las características del demandante de información (orientadores, futuros alumnos, emparezas...).

##### - Actividades continuas del Área de Información del SACU

Estas actividades incluyen la atención individualizada y personal, tanto de forma presencial como a través de los distintos medios de comunicación postal y electrónica, para lo que se realiza una actualización de la normativa de interés para la comunidad universitaria, así como la documentación, archivo y difusión de la misma. Todas las consultas recibidas reciben su respuesta directa o por derivación al servicio pertinente que pueda resolver la consulta. El Servicio se encarga también del envío de circulares periódicas a Centros, Asociaciones, y CARUH, de material de interés para la Comunidad Universitaria y prepara el material para la difusión de la actividad universitaria y su distribución en

Institutos, Centros de Información Juvenil, Salones del Estudiante, etc. El SACU dispone a su vez, del programa de oficinas de información a los estudiantes (OIE) para la difusión de la información con agentes de información propios del mismo colectivo de estudiantes y con puntos de información universitaria (PIU) para la difusión de la información en los ayuntamientos de la provincia de Huelva.

- Edición de guías y material informativo elaborado por el SACU

El SACU elabora documentos informativos para la difusión de la Universidad de Huelva entre los que se incluyen la Agenda-Guía Universitaria, la Guía de Titulaciones de la Universidad de Huelva, los folletos monográficos de cada titulación, un folleto genérico sobre la Universidad de Huelva, la guía de Acceso a la Universidad para extranjeros o la guía de Apoyo a las Necesidades Educativas de los Estudiantes con Discapacidad.

- Diseño y difusión de guías y folletos de otros Servicios Universitarios

Desde el SACU se facilita la gestión de otros documentos de difusión de otros servicios universitarios como la guía Resumen de Acceso a la Universidad de Huelva, la guía de Acceso a la Universidad desde Ciclos Formativos y la guía de la Universidad de Huelva para Estudiantes Europeos e Internacionales.

- Promoción de la UHU

La información de la Universidad de Huelva se divulga mediante foros de encuentro, salones del estudiante o ferias que permitan un mayor alcance en la promoción de la Universidad. Concretamente, las actividades en las que se participa son la realización de las Jornadas de Puertas Abiertas, la organización del Día de la Familia, la presencia con un stand informativo en diversos IES, la colaboración en el Foro de Empleo, organizado por la Universidad de Huelva, participación en el Salón del Estudiante y la Oferta Educativa AULA o en ferias como la de las Culturas. Del mismo modo se procede al envío de material informativo a organizaciones que lo demanden como a la Feria Educativa Expo Educa'08 en Honduras, organizada por el Centro Cultural de España en Tegucigalpa, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Ferias de Posgrado, etc.

- Canales de difusión del título

Todas nuestras Titulaciones se difunden a nivel institucional a través de varias vías. Una de ellas es la página Web de la Universidad (<http://www.uhu.es/estudios/ofertaacademica/ofertaacademica.htm>); a través de la página de la Dirección General de Universidades Andaluzas de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía (podemos encontrar el Catálogo de todas las Titulaciones; <http://distritounicoandaluz.cica.es>); UniRadio, emisora patrocinada, dirigida y gestionada por la Universidad de Huelva; Canal Sur Radio en el que tenemos un espacio denominado Agenda Universitaria; carteles y dípticos publicitarios de la UHU; atención directa en el Servicio de Gestión Académica y SACU (Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria)

La Universidad de Huelva en su página de internet destinada a los alumnos: <http://www.uhu.es/perfiles/alumnos.htm> da información suficiente para facilitar la incorporación a la universidad y a cualquier titulación. En esta página se tratan aspectos como:

- Las becas
- El alojamiento
- El asociacionismo de alumnos
- Los comedores
- La biblioteca y su uso,
- Los recursos informáticos, etc.

- **Acogida y Orientación**

Todo estudiante del Master en Turismo tendrá asignado un tutor o tutora antes de que se matricule. La tutoría es un servicio de atención a través del cual se proporcionan elementos de información, orientación y asesoramiento de forma grupal y personalizada, que permite recibir orientación en dos ámbitos:

- a) El académico, con la vertiente de orientación, servirá para la fijación de los créditos y materias que ha de cursar cada estudiante, el currículo que ha de desarrollar, la adecuación entre expectativas y proyectos académicos y la disponibilidad de tiempo, orientación de estudiantes que se adapten procedentes de programas de doctorado a extinguir o que estén en una situación transitoria, etc. Esta vertiente incluye el seguimiento de la progresión académica y el asesoramiento relativo a la trayectoria curricular en función de las posibilidades de cada persona
- b) El personal, con asesoramiento sobre el proceso de aprendizaje (adecuación de los métodos de estudio, recursos disponibles en la Universidad, etc.) y orientación hacia la transición al mundo laboral.

El SACU como servicio de Atención a la Comunidad, amplía el servicio de orientación y atención, contando con diversas secciones que iremos viendo.

### **Orientación psicopedagógica y técnicas de estudio**

Dentro del SACU en el área de Orientación al alumnado (perteneciente a la Universidad o de posible acceso), y que se insertan dentro del Programa Orienta los Servicios que se ofrecen son:

([http://www.uhu.es/sacu/orientacion\\_academica/index.html](http://www.uhu.es/sacu/orientacion_academica/index.html)):

- Consultas de Orientación Académica en general.
- Demandas de asesoramiento, en cuanto al diseño de un plan de carrera universitaria (planificación de los estudios, formación complementaria)
- Atención en las dificultades del estudio.
- Orientación vocacional para la elección de estudios.

### **Búsqueda de alojamiento**

Tenemos un servicio que oferta y gestiona alojamiento

(<http://www.uhu.es/sacu/alojamiento/index.html>). Hay tres tipos:

- “Alojamiento Alternativo”, “alojamiento compartido” o programa de “convivencia intergeneracional”; son distintas denominaciones de una



iniciativa fundamentada, principalmente, en la AYUDA MUTUA. Una solución creativa para dos necesidades diferentes. Las personas mayores proporcionan a los estudiantes universitarios alojamiento gratuito en su hogar, a cambio de una serie de prestaciones. ([http://www.uhu.es/sacu/alojamiento\\_alternativo/index.html](http://www.uhu.es/sacu/alojamiento_alternativo/index.html))

- A través de una información de residencias, colegios y albergues,...
- Y “bolsa de alojamiento” que consiste en un registro de viviendas en alquiler y de demandantes de dicho tipo de alojamiento.

### **Oficina de Atención a Personas con Discapacidad**

La Universidad de Huelva, a través de la Oficina de Atención a Personas con Discapacidad pretende hacer real y efectivo, desde un papel activo, los derechos fundamentales de las personas con discapacidad y especialmente el derecho a la igualdad de oportunidades. Derechos reconocidos y recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Constitución Europea, la Constitución Española de 1978, la Ley 51/2003 de Igualdad de Oportunidades, No Discriminación y Accesibilidad Universal de la Personas con Discapacidad y la Ley 13/1982 de 7 de Abril, de Integración Social de los Minusválidos.

En relación al ámbito en el que se sitúa la Oficina, el de la educación, la Ley Orgánica de Universidades 6/2001 de 21 de diciembre recoge en su artículo 46.2 el derecho a “la igualdad de oportunidades y no discriminación, por circunstancias personales o sociales, incluida la discapacidad, en el acceso a la Universidad, ingreso en los centros, permanencia en la Universidad y ejercicio de sus derechos académicos”.

La Universidad de Huelva y concretamente la Oficina de Atención a Personas con Discapacidad, subvencionada por la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, se esfuerza por luchar contra todo tipo de discriminaciones y por potenciar la accesibilidad, la autonomía, la autorrealización, la participación y la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad dentro de la comunidad universitaria. Se pretende adoptar medidas preventivas que impidan la aparición de consecuencias sociales que repercutan de forma negativa; así como trabajar con aquellas que ya hayan emergido.

Esta Oficina, que es de reciente creación, trabaja con el objetivo fundamental de garantizar la plena integración del alumnado con discapacidad y Necesidades Educativas Especiales en nuestra comunidad universitaria, potenciando la plena autonomía personal de este colectivo.

Las acciones que desarrolla para ello son: elaboración de un protocolo de actuación de todas las oficinas a nivel nacional (que se desarrolló en el II Workshop en Alicante; abril, 2008); atención a usuarios ofreciéndoles formación e información complementaria, dando a conocer ayudas y becas específicas para este colectivo; trabajar en colaboración con entidades específicas de atención a la discapacidad (como FEAP, Adecco o Telesor); elaboración y difusión de la Guía de Acceso para alumnado con necesidades educativas específicas, y resolución de carencias en recursos humanos o materiales.

Además, la oficina desarrolla actividades de sensibilización acerca de la problemática relacionada con la discapacidad y atiende directamente en el SACU las necesidades planteadas por personas con discapacidad en la Universidad.

### **Oficina de Atención a Extranjeros**

Gracias al apoyo institucional de **la Consejería para la Igualdad y Bienestar social de la Junta de Andalucía**, mediante la convocatoria de “Subvenciones Institucionales en materia de Servicios Sociales” bajo la modalidad de *Emigrantes e Inmigrantes*; se hace realidad, desde el año 2006, una atención especializada al crearse la “Oficina de Atención al Extranjero” (<http://www.uhu.es/sacu/extranjeros/index.html>) Ubicada en el Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria – S.A.C.U. – dentro del Vicerrectorado de Estudiantes, en esta oficina se comienza a centralizar la creciente demanda de solicitudes de información sobre procesos varios (acceso a instituciones educativas, orientación sobre otras instituciones educativas, sociales, laborales, etc.)

Su objetivo fundamental es proporcionar a las personas extranjeras aquella información más relevante en cuanto al acceso y permanencia en las instituciones educativas y sus respectivos niveles; así como cualquier otra información (formativa – educativa, social y legal) que facilite su integración en nuestra sociedad. Mediante una atención personal – en ubicación física del servicio en las instalaciones universitarias establecidas para dicha oficina -, telefónica o mediante correo electrónico. Además se realizan acompañamientos en los casos que se consideren necesarios.

Las acciones que se desarrollan son entre otras, proporcionar asesoramiento e información sobre legislación, recursos y procedimientos en general, en cuanto a: las vías de acceso a la universidad, Titulaciones de Grado, Masteres y doctorados Oficiales, Títulos propios de la Universidad de Huelva, Títulos de Expertos, Cursos, etc., ayudas y/o becas ofertadas para los distintos estudios, homologación de títulos universitarios cursados en países extranjeros, convalidación parcial de estudios no superados en el país de origen (Primaria, Secundaria, Universitarios...), visados de estudiantes, etc.

También se les asesora en la búsqueda de Alojamiento según necesidades personales y se les ofrece información y orientación con respecto a otros recursos/instituciones que pueden ser de utilidad o fundamentales para su integración en sociedad, tales como atención Médica (sobre seguros médicos, ubicación de los centros de salud...), derivación y/o acompañamiento hacia otros servicios de la comunidad universitaria (Servicio de Posgrado, S.O.I.P.E.A., distintas secretarías de centros, etc.), hacia asociaciones, ONGs, e instituciones en general ubicadas en la ciudad de Huelva y provincia; que a su vez pueden obtener ayuda o información en cuanto a otras demandas (búsqueda de empleo, etc.)

Además, se ha elaborado una “**Guía de Extranjeros**”. El contenido de dicha guía es, toda aquella información que de manera personal, telefónica o vía

Internet se ha ido facilitando según demanda, y que básicamente se refiere a las normativas, procesos etc. descritos en los apartados anteriores.

Igualmente se incluyen recursos sociales de interés de Huelva y su provincia. Otras labores se relacionan con la realización, participación y/o colaboración en cuantas jornadas y acciones en general relacionadas con la Sensibilización hacia el Colectivo de Extranjeros, así como la promoción y difusión de la presente Oficina y de sus acciones (a través de trípticos, espacio Web, y cartelería para acciones puntuales,...)

### **Unidad de Igualdad de Género**

La Universidad de Huelva es una institución comprometida con la defensa de la Igualdad en todos los niveles y ámbitos, de ahí que cuente con la Unidad para la Igualdad de Género, la Oficina de atención al discapacitado y la Oficina de Atención al Extranjero.

La Unidad para la Igualdad de Género entró en funcionamiento el 17 de junio de 2008, tras ser aprobada en Consejo de Gobierno y siguiendo las directrices del nuevo Plan Estratégico de la Universidad de Huelva, vigente desde el 1 de enero de 2008. Con esta Unidad la Universidad pretende contar con un centro de información y asesoramiento sobre género que persigue promover y visualizar las actividades y acciones actualmente en curso, y otras futuras. En esta línea, la Unidad tiene como objetivo apoyar la igualdad en el ámbito universitario, en colaboración con instituciones de diverso ámbito (local y provincial en primera instancia, pero también autonómico y nacional). Dada la reciente creación de la Unidad para la Igualdad de Género de la UHU, en la actualidad se están recabando datos para la realización de un Informe de Diagnóstico y un posterior Plan de Igualdad.

Como actividades planificadas se cuenta con la realización de:

- Informe de diagnóstico para detectar desigualdades de género dentro de la universidad.
- Formación sobre cuestiones de género a diversos colectivos universitarios.
- Formación sobre el uso del lenguaje no sexista para el PAS.

Todo ello puede encontrarse en la página Web (<http://www.uhu.es/sacu/igualdad/index.html>), junto a otras informaciones sobre Normativas de la Universidad de Huelva, Andalucía, España y Europa que recogen las leyes para la igualdad entre hombres y mujeres, especialmente en materia de educación; agenda y noticias sobre formación y actividades realizadas en la universidad de Huelva, enlaces con otras universidades e instituciones, cursos a celebrar en el año académico, así como un buzón de sugerencias donde recogemos todos los comentarios de la comunidad universitaria.

Igualmente el Servicio cuenta con atención directa dentro del SACU.

### 3.2. Acceso y Admisión

- Requisitos de acceso

Según el artículo 16 de R.D. 1393/2007 los requisitos de acceso al Master en Turismo son:

1. Para acceder a las enseñanzas oficiales de master será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de master.

2. Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de master.

- Requisitos de admisión y perfil de ingreso recomendado

Los estudiantes del Master deben de tener uno de los perfiles siguientes:

- Diplomados en Turismo, Técnico de Empresas y Actividades Turísticas (TEAT) o Diplomado de Empresas y Actividades Turísticas (DEAT)
- Graduados o Licenciados en Turismo, Administración y Dirección de Empresas, Empresariales, Economía, Derecho, Geografía, Sociología, Filología.
- Graduados o licenciados en otros campos que deseen reorientar su formación y especialización profesional hacia el ámbito del turismo
- Otros graduados o licenciados en activo que quieran mejorar su formación, actualizarse o reconducir su perfil profesional hacia el campo del turismo

- Valoración de méritos:

La selección se valorará por los siguientes criterios:

- Titulación (Licenciado y diplomado en las diversas disciplinas relacionadas con el Turismo, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Derecho, Geografía, Sociología, Filología...).

Servirán para el cálculo de la afinidad en la valoración del expediente académico:

Diplomado en Turismo o equivalente: 100 %

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas: 100%

Diplomado en Empresariales: 100%

Licenciado en Economía: 100%

Licenciado en Humanidades, Derecho, Sociología y Filologías: 50%

- Otras Titulaciones: 25%
- Expediente académico (máximo 20 puntos):
    - 1- Nota media del expediente x2 de la titulación principal del candidato en caso de poseer varias (Matrícula de Honor: 4 puntos; Sobresaliente: 3 puntos; Notable: 2 puntos y Aprobado: 1 punto)
    - 2- Otras titulaciones universitarias:
      - 2.1 Por cada titulación universitaria superior: 2 puntos
      - 2.2 Por cada titulación universitaria de grado medio: 1,5 puntos
- Dichas notas se ponderarán en función de la afinidad de los Títulos según el punto anterior
- Idiomas (máximo 10 puntos)
    - Francés, Inglés y Alemán: Tres niveles (básico: 1 punto; Intermedio: 2 puntos y alto: 4 puntos)

#### INGLÉS BÁSICO

- 1º EOI
- CAMBRIDGE - PET
- TOEFL Superior a 40 puntos IBT o equivalente CBT ó PBT
- IELTS nivel 4.0
- Aprobado Inglés II (Educación /Lengua Extranjera)

#### INGLÉS INTERMEDIO

- 3º EOI
- CAMBRIDGE First Certificate
- TOEFL Superior a 65 Puntos IBT o equivalente CBT ó PBT
- IELTS nivel 5.0
- Aprobado Inglés III (Humanidades/Educ-L Extranjera)

#### INGLÉS ALTO

- Cualquiera de los anteriores en un nivel o curso superior
- Aprobado Lengua Inglesa IV (Humanidades)

#### FRANCÉS BÁSICO

- 1º EOI
- DELF unidad 2 o superior

#### FRANCÉS INTERMEDIO

- 3º EOI
- DELF unidad 3 o superior

#### FRANCÉS ALTO

- Cualquiera de los anteriores en un nivel o curso superior

#### ALEMÁN BÁSICO

- 1º EOI.
- Kleines Zertifikat Deutsch (Goethe Institut.)

#### ALEMÁN INTERMEDIO

- 3º EOI.
- Zertifikat Deutsch ZD (Goethe Institut.)

#### ALEMÁN ALTO

- Cualquiera de los anteriores en un nivel o curso superior

- Experiencia profesional (máximo 20 puntos)

Se valorará experiencia en puestos en empresas del sector Turístico  
5 puntos por año en puestos de dirección (Dirección de cualquier departamento de empresas turísticas)  
2 puntos por año en puestos base

- Órgano de admisión y composición

Es la Comisión Académica del Master el órgano de selección y admisión del alumnado en el caso de existir más solicitudes que plazas. Una vez acabado el proceso de preinscripción del Master la Comisión Académica del Master se reunirá para valorar las solicitudes y puntuar en base al baremo establecido.

- Discapacidad.

En el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, se crearán los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

### **3.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados**

Como ya hemos puesto de manifiesto en el punto 3.1 de esta memoria, todo estudiante tendrá asignado un tutor o tutora antes de que se matricule. La tutoría es un servicio de atención a través del cual se proporcionan elementos de información, orientación y asesoramiento de forma grupal y personalizada, que permite recibir orientación en dos ámbitos:

- c) El académico, con la vertiente de orientación, servirá para la fijación de los créditos y materias que ha de cursar cada estudiante, el currículo que ha de desarrollar, la adecuación entre expectativas y proyectos académicos y la disponibilidad de tiempo, orientación de estudiantes que se adapten procedentes de programas de doctorado a extinguir o que estén en una situación transitoria, etc. Esta vertiente incluye el seguimiento de la progresión académica y el asesoramiento relativo a la trayectoria curricular en función de las posibilidades de cada persona
- d) El personal, con asesoramiento sobre el proceso de aprendizaje (adecuación de los métodos de estudio, recursos disponibles en la Universidad, etc.) y orientación hacia la transición al mundo laboral.

Por otra parte, se establecerá como buzón de sugerencias/reclamaciones los casilleros de correspondencia del director y los miembros de la Comisión Académica situados en la Facultad de CC. Empresariales. Las sugerencias y reclamaciones serán atendidas por la Comisión Académica, comunicándose al interesado su recepción y posible solución si la hubiese

### **3.4. Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad**

Se estará a la normativa de la Universidad de Huelva. En concreto su Reglamento de Estudios Oficiales de Posgrado establece en el Título II, Capítulo 3 denominado: Matrícula y convalidaciones:

1. La convalidación implica la equivalencia por lo que respecta a contenido y a la carga lectiva entre asignaturas de planes de estudios conducentes a diferentes títulos oficiales. En el marco del Espacio Europeo de Educación Superior, esta equivalencia debe entenderse como la constatación de que el alumnado ha alcanzado los conocimientos, competencias específicas, transversales y habilidades establecidas para las asignaturas que constituyen los nuevos planes de estudios
2. Las convalidaciones deben realizarse siempre a partir de asignaturas cursadas en los estudios de origen, nunca a partir de asignaturas convalidadas previamente. Sólo podrán convalidarse asignaturas de Posgrado o de segundo ciclo de las titulaciones anteriores al Real Decreto 55/2005
3. La Comisión Académica del Master, por delegación del Órgano Responsable, resolverá las solicitudes de convalidaciones del alumnado. Así mismo definirá y publicará los mecanismos, calendario y procedimiento para que las convalidaciones se hagan efectivas en el expediente correspondiente
4. La Comisión Académica de cada Master podrá considerar el reconocimiento de créditos por diversos conceptos como por ejemplo, movilidad (programas de movilidad, intercambios docentes, acuerdos de doble titulación, viajes de estudios, etc.) prácticas en empresas, entidades o instituciones, formación complementaria y actividades de investigación o profesionales

Por tanto las convalidaciones serán resueltas por la Comisión Académica del Master: El alumno podrá solicitar dichas convalidaciones antes del comienzo del curso, una vez haya sido admitido.

#### 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS (Punto 5 del Anexo I del R.D. 1393/2007)

##### 4.1. Estructura de las enseñanzas

- Estructura

El Programa tiene una duración de un curso académico, desde principios de octubre hasta finales de junio del año siguiente. A lo largo de este período se desarrollarán las siguientes acciones formativas:

60 créditos ECTS (25 h/crédito x 60 créditos = 1.500 horas) de los cuales 12,5 (312,5 horas) créditos serán prácticas profesionales en empresas y 12,5 (312,5 horas) créditos se destinarán a la realización de un trabajo final de Master y el resto, 35 créditos (875 horas), se dividirán en 10 materias con la siguiente composición:

24 % Teoría = 210 horas

12 % Práctica = 105 horas

16 % Actividades dirigidas = 140 horas

48 % Trabajo personal = 420

Las materias a impartir se distribuyen en tres módulos, aparte del trabajo fin de master, de los que son responsables tres profesores de la Universidad de Huelva. Dichos profesores son los integrantes de la Comisión Académica del Master y son los encargados de establecer reuniones periódicas entre los profesores de las asignaturas por módulo con el objetivo de alcanzar y revisar una mejor coordinación entre ellas.

Los módulos y materias a incluir, así como su obligatoriedad y optatividad en cada uno de ellos son (como master de orientación profesional las prácticas profesionales externas son obligatorias, y como establece el R.D. 1393/2007 en el plan de estudios del master, los alumnos deben de realizar obligatoriamente el trabajo fin de master):

Módulo: Entorno.

Coordinador: Ignacio Pomares Hernández

Materias/Asignaturas – Obligatoria/Optativa

- Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas – Optat.
- Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos – Oblig.
- Métodos de Investigación Aplicados al Turismo – Oblig.
- Prácticas profesionales externas – Oblig.

Módulo: Organización y Gestión

Coordinadora: Maria Asunción Grávalos Gastaminza

Materias/Asignaturas– Obligatoria/Optativa

- Organización y Gestión de Empresas Turísticas – Optat.
- Dirección Estratégica de Empresas Turísticas – Oblig.
- Gestión de Recursos Humanos y Comunicación – Optat.
- Gestión Comercial y Marketing de las Empresas Turísticas – Optat.



Módulo: Finanzas y Control

Coordinador: Tomás Escobar Rodríguez

Materias/Asignaturas – Obligatoria/Optativa

- Gestión de los Sistemas de Información Contable-Financiero – Optat.
- Dirección Económica-Financiera de las Empresas Turísticas – Oblig
- Gestión de Compras y Almacén (Alimentación + Bebidas) – Oblig

Módulo: Trabajo Fin de Master

Coordinador: Ignacio Pomares Hernández

Materias/Asignaturas

- Trabajo Fin de Master – Oblig

La distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia es:

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias	15.5
Optativas	19.5
Prácticas externas (obligatorio)	12.5
Trabajo fin de master (obligatorio)	12.5
CRÉDITOS TOTALES	60

Dado que el Master tiene un carácter profesional y con el objetivo de acercar al alumno a los directivos de las instituciones empresariales más representativas e importantes del entorno, se realiza una incorporación al profesorado del mismo de un elevado número de profesionales del sector. En concreto se cuenta con la participación de:

- Antonio Gómez Candón (Director de Administración y Recursos Humanos de la cadena Barceló)
- Juan José Moreno Domínguez (Director del Hotel Oasis IslaCristina)
- Antonio Medero (Director del Hotel Albaida y Catering las Palomas)
- Rubens Ruiz Carrera (Director Adjunto del Hotel Barceló de Punta Umbría Beach & Huelva Convention Center)
- Manuel Cárdenas (Director Hotel Monte Triana de Sevilla)
- Juan Luís Barneto Flores (Director y Gerente de la Agencia de Viajes Ultratur)
- Roberto Rodríguez (Director Hotel El Rompido Fuerte)
- Antonio López Archilla (Director Parador de Mazagón)
- Alejandro Berdejo (Director Hotel Carabela)
- Aquilino Riol (Director Departamento Comercial de la cadena Barceló)
- Antonio Márquez Barba (Director y Administrador de Martín y Leal Auditores, SA)
- Gonzalo Súnico (Director Hotel El Rompido Golf de la cadena Sethotels)

A parte de estos profesionales con una dedicación mayor, también se contará con otros mediante la celebración de conferencias y seminarios que se irán desarrollando a lo largo del curso. En caso de la no presencia de alguno de los profesionales mencionados se procederá a su sustitución por otro de similar currículum.

Entre los meses de duración del Master se desarrollarán las diferentes materias que lo conforman. Al final de cada una de las materias, el alumno deberá superar una prueba que demuestre su dominio de cada una de las áreas.

- Prácticas profesionales externas

En el plan de estudios se incluye un período de formación profesional externa de carácter obligatorio, en un hotel de la provincia de Huelva durante seis semanas, en régimen de alojamiento y pensión completa de lunes a viernes. Con ello se pretende que los alumnos experimenten directamente los conocimientos adquiridos, analizando in situ los procesos y funciones de los distintos departamentos de una empresa turística como es un Hotel (Administración, Alojamiento, Marketing, Alimentos y Bebidas).

Los Hoteles en donde se desarrolla el período de training son (en el caso de imposibilidad de realizar las prácticas en estos dos establecimientos se sustituirán por otros de similares características):

Hotel\*\*\*\* Barceló de Punta Umbría

Hotel\*\*\*\*\* El Rompido Golf & Beach Resort (Sethotels)

Los 12,5 créditos se distribuirán de la siguiente forma:

1 crédito de formación previa en la que se expondrá el trabajo a desarrollar por el alumno en los diferentes departamentos por los que pasará en el período de prácticas que se descompondrá de la manera siguiente:

24 % TEORÍA = 6 horas

12 % Práctica = 3 horas

16 % Actividades dirigidas = 4 horas

48 % Trabajo personal = 12

El resto de los créditos 11,5 créditos son dedicados a la actividad práctica a realizar por los alumnos en el Hotel, bajo la supervisión de los directores y profesorado encargados de la coordinación de las prácticas, y en la realización de un trabajo/informe individual sobre las tareas desarrolladas, con sus respectivas visiones general e integrales de las distintas secciones del hotel. La distribución en horas es:

76% Actividades dirigidas = 19 horas

24% Trabajo personal = 6 horas

Los alumnos se distribuirán en grupos formados por el director del programa y los coordinadores del training del hotel respectivo. Al comienzo de cada semana serán destinados a uno de los diferentes departamentos en los que el hotel tiene organizadas sus áreas de trabajo. Los alumnos se integrarán en sus operaciones normales en horario de mañana y tarde tras una reunión con el coordinador, el cual guiará las tareas a realizar por el alumno. Al finalizar el paso por cada uno de los departamentos los alumnos mantendrán una reunión con la Dirección del Hotel, para

la puesta en común de sus experiencias que les servirá para luego realizar un trabajo/informe individual sobre las tareas desarrolladas, con sus respectivas visiones general e integras de las distintas secciones del hotel. Estos informes deberán ser presentados al director del master

## DEPARTAMENTOS EN LOS QUE SE REALIZARÁ EL PERIODO DE TRAINING

### DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ALOJAMIENTO.

Departamento estrechamente relacionado con la dirección del hotel. Se incide también en funciones relativas a la distribución, organización, revisión, limpieza de habitaciones, telecomunicaciones y otros servicios. En concreto:

- Planificación
- Organización
- Gestión
- Control
- Gestión Financiera
- Contabilidad
- Pagos y Cobros
- Recursos Humanos
- Gestión Jurídico-Fiscal
- Proceso de Datos
- Reservas
- Recepción
- Conserjería
- Teléfonos
- Pisos
- Servicios Técnicos
- Tiendas

### DEPARTAMENTO COMERCIAL

En el se desarrollan las estrategias promocionales y de venta de un hotel. El alumno tendrá contacto con actividades relacionadas con:

- Ventas
- Marketing
- Relaciones Públicas
- Publicidad
- Animación

### DEPARTAMENTO ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

En este departamento el alumno tendrá un contacto directo con el área donde se desarrollan los servicios de restauración de un hotel:

- Almacén
- Economato
- Bodega
- Organización de la Cocina
- Restaurante

- Bares y Cafetería

- Trabajo Fin de Master

Los alumnos deberán realizar un proyecto fin de master equivalente a 12,5 créditos ECTS (312,5 horas de trabajo) y que será evaluado mediante exposición ante un tribunal cualificado.

La Universidad de Huelva ha elaborado una normativa para la elaboración del Trabajo Fin de Master aplicable a todos los Masteres Oficiales. Se puede consultar en [www.uhu.es/posgrado](http://www.uhu.es/posgrado) (pestaña normativa)

- Metodología empleada en el Master:

La metodología de trabajo durante el periodo lectivo del Master conjugará distintos elementos, con el fin de lograr el máximo aprovechamiento académico y personal del alumno, siendo pieza clave en el resultado final.

El programa Master ofrece al alumno una formación integral y cercana a la realidad empresarial formándolo tanto en técnicas como en habilidades. Este está basado en un enfoque eminentemente práctico y una dimensión de posicionamiento global.

Los principales pilares de esta metodología son:

**Profesorado:** Las sesiones lectivas estarán formadas por profesionales y académicos con una amplia trayectoria, que conjugan pedagogía, conocimientos teóricos y experiencia empresarial que enriquecerán el aprendizaje del alumno.

**Estudios de casos:** El método del caso, empleado en las principales Escuelas de Negocios, enfrentará al alumno a situaciones reales por las que han atravesado empresas en su vida real, obligándolo a tomar decisiones similares a las que le aparecerán en el futuro profesional

**Sesiones teórico-prácticas:** Se dotará al alumno del conocimiento técnico-teórico necesario con un enfoque eminentemente práctico apoyado en la resolución de numerosos ejercicios tanto de forma individual como en grupo. Se le transmitirá también las tendencias y métodos empresariales más recientes de ayuda en la toma de decisiones.

**Prácticas en empresas:** El alumno tomará, gracias a estas, contacto con la realidad empresarial, sirviéndole para afianzar los conocimientos adquiridos. Éstas tendrán una duración de 12,5 créditos ECTS (312,5 horas).

**Realización de un proyecto fin de master** que 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, ,,). Este proyecto será defendido ante un Tribunal designado a tal efecto, presidido por el Director del Programa.

Tutorización: Tiene como objetivo guiar al alumno en el proceso de formación orientándole profesionalmente bien para su futura incorporación al mercado laboral, bien para promocionar a distintos puestos de mayor responsabilidad.

Paralelamente a la docencia y desarrollo de los casos, se propondrán conferencias sobre temas de vanguardia de la realidad económica y empresarial, role playing en el que los alumnos simulan la realidad y visitas a empresas que suponen una oportunidad de acercar al alumno al día a día en la toma de decisiones en la gestión de una organización.

- Evaluación

Las asignaturas teórico – prácticas serán evaluadas según se refleja en los anexos de cada una de ellas.

El período de formación práctica o training será evaluado con la presentación de un trabajo por el alumno. En él tendrá que exponer la labor desarrollada en cada uno de los departamentos por lo que ha pasado y tendrá que exponer los defectos encontrados y las posibilidades de mejora a introducir. Este trabajo tiene un peso del 40%. El 60% restante será evaluado por el desarrollo de las funciones ejecutadas por el alumno, siendo su evaluador el coordinador de las prácticas.

Por último los alumnos deberán realizar un proyecto fin de master equivalente a 12,5 créditos ECTS (312,5 horas de trabajo) y que será evaluado mediante exposición ante un tribunal cualificado.

Si a un estudiante no le es posible realizar una prueba de evaluación por motivos excepcionales y debidamente justificados, la Comisión Académica del Master considerará la excepcionalidad y arbitrará, si procede, las medidas necesarias para que la pueda realizar, siempre dentro del período lectivo correspondiente.

El alumnado tiene derecho a obtener un justificante documental de asistencia a un acto de evaluación. El profesorado puede solicitar la identificación del/la estudiante en cualquier momento durante la realización de un acto de evaluación

Corresponde a la Comisión Académica del Master resolver las alegaciones sobre aspectos no incluidos en la normativa

Las evaluaciones serán:

- 0 – 4,9: suspenso
- 5,0 – 6,9: Aprobado
- 7,0 – 8,9: Notable
- 9,0 – 10: Excelente/Matrícula de Honor

N.P. Alumno no presentado

## **4.2. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida**

No es título conjunto

La Universidad de Huelva recoge en sus Líneas estratégicas el desarrollo de un plan de internacionalización para mejorar su posición como universidad de referencia en el espacio universitario global abierto por las políticas europeas y las políticas internacionales. En este ámbito, la Universidad de Huelva mantiene una propuesta decidida por reforzar las conexiones y los programas de movilidad y cooperación con otros sistemas universitarios, en especial en el entorno europeo y latinoamericano.

Entre los objetivos de los programas de movilidad está el que los estudiantes que se acojan a ellos puedan beneficiarse de la experiencia social y cultural, mejorar su curriculum de cara a la incorporación laboral, etc. Además, la participación de los alumnos en estos programas fortalece la capacidad de comunicación, cooperación, adaptación y comprensión de otras culturas. La Universidad de Huelva tiene centralizada la gestión de los programas de intercambio y movilidad en el Servicio de Relaciones Internacionales (SRI).

Esta Oficina, dependiente del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, tiene como misión dar respuesta a las necesidades de estudiantes, profesores y PAS en el ámbito de la movilidad nacional e internacional con objeto de coordinar la acción de todos los agentes que participan en los programas de movilidad la UHU aprobó *Normativa de la universidad de Huelva sobre movilidad estudiantil en el marco de programas y convenios nacionales e internacionales* mediante el cual se ofrece una información precisa a los estudiantes y personal que participan en los programas, y además se facilita y ordena el control del procedimiento administrativo que mejora toda la gestión de estos programas. Esta normativa se puede consultar en la página: [http://www.uhu.es/sric/normativa/normativa\\_movilidad18-02-03.pdf](http://www.uhu.es/sric/normativa/normativa_movilidad18-02-03.pdf)

UNIDAD RESPONSABLE: Vicerrectorado de Relaciones Internacionales.  
Servicio de Relaciones Internacionales (SRI): <http://www.uhu.es/sric>

## **4.3. Descripción detallada de los módulos o materias de enseñanza-aprendizaje de que consta el plan de estudios**

Anexo. Tabla I La estructura curricular (ficha de la asignatura)

Anexo. Información adicional de las materias del master

Anexo. Tabla II Distribución de competencias genéricas o transversales por asignaturas

Anexo. Tabla III. Distribución de competencias específicas por asignaturas

ANEXO. TABLA 1 **La estructura curricular**

Ficha de la asignatura:

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	Optat.	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:

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	Optat.	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:

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:

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	Optat.	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:

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:

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	Optat.	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:

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	Optat.	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:

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:

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:

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:

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:

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

ANEXO  
INFORMACIÓN ADICIONAL DE LAS MATERIAS DEL MASTER  
Complementa a la TABLA I

**Nombre de la Asignatura:**

Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Pomares Hernández, Ignacio	pomares@uhu.es	
Otros			

**Descriptores:**

Sistemas de Mercado. Sectores y agentes económicos. Demanda Agregada, Oferta Agregada. Políticas Macroeconómicas.

**Objetivos**

## a) De carácter específico

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.

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.

## b) De carácter transversal o genérico

Funcionamiento y Análisis de políticas económicas. Estudios y análisis sectoriales. Evaluación de las políticas. Funcionamiento de una economía de mercado y las principales interacciones entre agentes y variables económicas del sistema económico

**Aproximaciones metodológicas**

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

### Contenidos

- El análisis de las corrientes turísticas
- La estructura del mercado turístico
- Análisis formal de la demanda de turismo
- Análisis formal de la oferta del turismo
- Aspectos macroeconómicos de la Economía del Turismo

### Bibliografía recomendada

Básica

Mochón Morcillo, Fr. "Economía y Turismo". Ed. McGraw-Hill, España, 2004.

Parra López, E; Hernández Martín, R; Melchor Navarro, M y Lórente de Garcia, F.: "Economía y Turismo: prácticas". Ed. McGraw-Hill, España, 2005.

Bibliografía complementaria

BLASCO Albert (2001): Turismo y Transporte. Madrid: Editorial Síntesis.

BORJA SOLÉ, L et al.: El consumidor turístico. Ed. ESIC. Madrid. 2001.

BOTE, V. y MARCHENA, M. (1996): "Política turística" en Pedreño, A. (Dir.) y Monfort, V. (Coord.) (1996): Introducción a la Economía del Turismo en España. Civitas. Madrid.

BULL, A. (1991): La economía del Sector Turístico. Alianza Ed. Madrid. 1994.

Específica

Para cada tema se proporciona una bibliografía específica adjunta a la fotocopia de las transparencias.

### Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

### Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

### Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Organización y Gestión de Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Grávalos Gastaminza, M <sup>a</sup> Asunción	gravalos@uhu.es	
Otros	Cárdenas Domínguez, Manuel		
	Barneto Flores, Juan Luis	info@atlantourviajes.com	
	Rodríguez García, Roberto	rrodriguez@fuertehoteles.com	

**Descriptorios:**

Análisis del proceso administrativo y las estructuras organizativas de las empresas turísticas. Dirección y liderazgo.

**Objetivos**

De carácter específico:

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. También se busca el favorecer el aprendizaje de los elementos operativos y funcionales de un hotel, así como las capacidades necesarias para el correcto control y organización departamental.

De carácter transversal o genérico

Formar directivos, titulados y/o empresarios en los conocimientos necesarios para la gestión y dirección de empresas, fomentando las aptitudes y capacidades para tomar decisiones, trabajar en equipo, liderar proyectos y personas, analizar situaciones y adquirir un espíritu emprendedor. Gracias a la formación global en todas las áreas de la empresa bajo el prisma de la Dirección General.

**Aproximaciones metodológicas**

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

- a) Teoría:
  - a. Lección Magistral
  - b. Tutorías
  - c. Seminarios
  - d. Discusión Dirigida
- b) Práctica:
  - a. Ejercicios
  - b. Método del Caso
  - c. Discusión Dirigida

## Contenidos

### Teórico

Fundamentos de la moderna administración empresarial.  
 Cualidades del gestor de empresas turísticas para actuar con eficacia  
 Liderazgo como punto de partida de la estrategia  
 Negociación  
 Análisis del entorno de la empresa turística  
 Planificación  
 Organización. Función administrativa  
 Los departamentos de un hotel.  
 Estructura y diseño de la Organización  
 Estructuras organizativas potenciadoras de la gestión del conocimiento en los establecimientos hoteleros.

### Laboratorio

Las sesiones teóricas se verán complementadas con diferentes casos prácticos, lecturas y debate de noticias de actualidad.

## Bibliografía recomendada

### Básica

- Aguirre, A.; Castillo, A.M. Y Tous, D. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Edinford. Málaga, 1991
- Bueno Campos, E.: "ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. ESTRUCTURA, PROCESOS Y MODELOS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Daft, Richard L.: "TEORÍA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL" Sexta Edición. Thomson editores. Madrid, 1998.
- Díez de Castro, E., Martín, F. y Periañez, R. ESTRUCTURAR LAS ORGANIZACIONES. 18 CASOS PRÁCTICOS DE ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y BÚSQUEDA DE SOLUCIONES. Ed. Síntesis. Economía de la Empresa. Madrid, 1995.
- Díez de Castro, J. y Redondo López, C.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Díez de Castro, J. y Redondo López, C.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. LIBRO DE ACTIVIDADES. CASOS, CUESTIONES Y LECTURAS". Pirámide. Madrid, 1996.
- Díez de Castro, E.P. García del Junco, J. Martín Jiménez, F. y Periañez Cristobal, R.: "ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN". Mc Graw Hill. Madrid, 2000.
- Díez de Castro, J. , Redondo López, C., Barreiro Fernández, B. y López Cabarcos, Mª A.: "ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. DIRIGIR EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO". Pirámide. Madrid, 2002.

- Garza Treviño, J.G.: "ADMINISTRACIÓN CONTEMPORÁNEA" Segunda Edición. McGrawHill. México, 2001.
- García del Junco, J. y Casanueva Rocha, C.: " FUNDAMENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL ". Pirámide. Madrid, 2000.
- García-Tenorio Ronda, J. (coordinador): "ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS". Thomson. Madrid, 2006.
- Gómez-Mejía, Luis R. y Balkin, David B.: "ADMINISTRACIÓN". McGrawHill. Madrid, 2003.
- Hernández Ortiz, M.J. (coordinadora): " CASOS PRÁCTICOS DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS ". Pirámide. Madrid, 2000.
- Hodge, B.J.; Anthony, W.P. y Gales, L.M.: "TEORÍA DE LA ORGANIZACIÓN. UN ENFOQUE ESTRATÉGICO" Quinta Edición. Prentice Hall, Madrid, 2000.
- Koontz, H. Y Wehrich, H. (2003): "ADMINISTRACIÓN: UNA PERSPECTIVA GLOBAL", Mcgraw Hill, México.
- Mintzberg, H.: "LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES". Ariel. Barcelona, 1984.
- Robbins, S. Y Coulter, M. : "ADMINISTRACIÓN ". Prentice Hall. Mexico, 2005 (octava edición).

### **Específica**

- Arcarons Simón, R.: "Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa hostelera". Editorial Síntesis. Madrid, 1996.
- Casanueva Rocha, C. García del Junco, J. y Caro González, F. J.: "Organización y Gestión de empresas turísticas". Ediciones Pirámide. Madrid, 2000.
- Figueroa Palomo, M.: "Economía para la gestión de las empresas turísticas (Organización y Financiación)". Colección de Estudios Turísticos. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1995.
- Mestres Soler, J.R.: "Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera". Ediciones Gestión 2000. Barcelona, 1999

### **Criterios de Evaluación**

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

### **Recursos para el aprendizaje**

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

### **Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)**

ESPAÑOL  INGLÉS  OTRO, especificar



**Nombre de la Asignatura:**

Dirección estratégica en empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Plaza Mejía, María Ángeles	plaza@uhu.es	
Otros	Martínez López, Antonio Manuel	manu.martinez@dem.uhu.es	
	Ruiz Carrera, Rubens		

**Descriptores:**

Estrategia, internacionalización, directivos, tecnologías.

**Objetivos:**

- a. De carácter específico
  - a.1. Contextualizar el proceso de dirección estratégica en el ámbito del sector turístico.
  - a.2. Caracterizar a la empresa turística en relación a los procesos de internacionalización de empresas
  - a.3. Establecer un perfil del directivo turístico internacional: formación, dificultades, etc.
  - a.4. Identificar el potencial de las nuevas tecnologías en los procesos de dirección estratégica de las empresas turísticas.
  
- b. De carácter transversal o genérico
  - b.1. Favorecer el dominio de la terminología requerida.
  - b.2. Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis.
  - b.3. Favorecer el trabajo en equipo

**Aproximaciones metodológicas**

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

## Contenidos

### a) Teórico

- El proceso de dirección estratégica en la empresa turística
- La estrategia de internacionalización en el sector turístico
- El perfil del directivo hotelero internacional
- Nuevas tecnologías y sector turístico

### b) Laboratorio

Las sesiones teóricas se verán complementadas con diferentes casos prácticos, lecturas y debate de noticias de actualidad.

## Bibliografía recomendada

### Específica

Martín Rojo, Inmaculada: "dirección y gestión de empresas del sector turístico (3ª ED.). Ediciones Pirámide, S.A, ISBN: 9788436818673, Madrid: 2004

## Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Realización de un caso práctico (en inglés): 80%

## Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.

## Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Gestión de Recursos Humanos y Comunicación en las Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2	0,48	0,24	0,32	0,96
Distribución ECTS	Horas presenciales	12	6	2	2
	Horas NO presenciales			6	22

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Gómez Conde, Antonio	puntaumbria.adm@barcelo.com	
Otros	López Archilla, Antonio	antonio.lopez@parador.es	

**Descriptores:**

Perspectiva estratégica de la Dirección de los recursos humanos. Objetivos y elementos que influyen en las decisiones directivas de recursos humanos. Políticas de recursos humanos. Negociación. Equipos. Diversidad. Recursos humanos internacionales. Comunicación.

**Objetivos**

De carácter específico

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.

Al desarrollar esta perspectiva estratégica a lo largo del curso académico también se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

1. Suscitar el interés de los estudiantes por la Dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas, poniendo de relieve su importancia para el éxito empresarial.
2. Transmitir los conocimientos que constituyen los fundamentos básicos de la disciplina.
3. Enfatizar la complejidad de la dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas, derivada de la diversidad de características de las personas, la acción en grupo y la presencia de múltiples elementos influenciadores internos y externos.
4. Resaltar la visión del recurso humano como persona.
5. Potenciar en los estudiantes la adquisición y desarrollo de capacidades de gestión de los recursos humanos, así como estimular su interés por el aprendizaje constante.

De carácter transversal o genérico

El objetivo primordial de la asignatura es que el alumno consiga una comprensión de la Dirección de los recursos humanos en las empresas turísticas desde una perspectiva estratégica.

En esta materia, la visión dominante en la actualidad es que los recursos humanos son una fuente potencial de ventaja competitiva sostenible y, en consecuencia, su dirección debe adoptar un enfoque estratégico.

### **Aproximaciones metodológicas**

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

### **Contenidos**

Dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas turísticas

Dimensión y composición de la plantilla.

Flexibilidad, absentismo y rotación de los recursos humanos.

Rendimiento, satisfacción y compromiso de los recursos humanos.

Reclutamiento y selección de candidatos.

Entrada, formación y carrera de los recursos humanos.

Recompensas.

Negociación.

Comunicación

### **Bibliografía recomendada**

#### **Básica**

Gómez-Mejía, L.R.; Balkin, B.B.; Cardy, R.L. (2006) "Dirección y gestión de recursos humanos". Pearson Prentice Hall.

Pardo, M.; Luna, R. (2006) "Recursos humanos para turismo". Pearson Prentice Hall.

#### **Bibliografía complementaria**

Albizu, E.; Landeta, J. (Coordinadores) (2001) "Dirección estratégica de los recursos humanos". Pirámide.

Bonache, J.; Cabrera, Á. (Directores) (2002) "Dirección estratégica de personas". Prentice Hall and Financial Times.

Bonache, J.; Cabrera, Á. (Directores) (2006) "Dirección de personas". Prentice Hall and Financial Times, 2ª edición.

Dolan, S.L.; Valle, R.; Jackson, S.E.; Schuler, R.S. (2007) "La gestión de los recursos humanos". McGraw-Hill, 3ª edición.

García Tenorio, J.; Sabater, R. (2004) "Fundamentos de dirección y gestión de recursos humanos". Thomson.

Martín, I. (2004) "Dirección y gestión de empresas del sector turístico". Pirámide, 3ª edición.

Sastre, M.Á.; Aguilar, E.Mª (2003) "Dirección de recursos humanos. Un enfoque estratégico".  
Valle, R.J. (Coordinador) (2004) "La gestión estratégica de los recursos humanos". Pearson  
Prentice Hall, 2ª edición.

### **Específica**

Para cada tema se proporciona una bibliografía específica adjunta a la fotocopia de las transparencias.

### **Criterios de Evaluación**

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

### **Recursos para el aprendizaje**

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de vídeo y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

### **Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)**

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Gestión de Compras y Almacén (A+B)

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2,5	0,6	0,3	0,4	1,2
Distribución ECTS	Horas presenciales	15	7,5	2,5	2
	Horas NO presenciales			7,5	28

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Moreno Domínguez, Juan José	direccion.islacristina@hotelesoasis.com	
Otros	Medero Feria, Antonio		

**Descriptor:** Costes, Alimentos y Bebidas, Control, Almacén**Objetivos**

De carácter específico

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.

De carácter específico

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.

Identificar los potenciales de rendimiento en la producción de alimentos, determinando los procedimientos para la toma de inventarios, el análisis, a fin de establecer el costo.

Identificar los potenciales de rendimiento en la producción de bebidas, determinando los procedimientos para la toma de inventarios, el análisis, a fin de establecer el costo de éstas.

Reconocer la importancia de la promoción, elaboración, presentación, servicio y análisis del precio de venta en la repercusión del costo.

El estudiante conocerá y decodificará información en reportes de costos a fin de tener bases analíticas para la toma de decisiones

De carácter transversal o genérico

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.

### Aproximaciones metodológicas

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

### Contenidos

- El Producto
- Programa de Ventas y Precio
- Control de Costes y Rendimiento de las Ventas
- Las Áreas de Coste y el Beneficio Bruto
- Compras y Almacén
- Cocina
- Restaurante

### Bibliografía recomendada

#### Básica

RAMOS Martín, Fernando Gonzalez Puga, Antonio. Administración de Alimentos y Bebidas. CECSA, México, 2000  
FOSTER, Dennis L. Alimentos y Bebidas, Operación, Métodos y Control de Costos. Edit. Mc Graw Hill. México, 1995  
YOUSHMATZ Nava Alfredo. Control de Costos de Alimento y Bebidas. Edit. Diana. México, 2002.

#### Específica

Se especificará para cada tema

### Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

### Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

### Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Gestión Comercial y Marketing en empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	4,5	1,08	0,54	0,72	2,16
Distribución ECTS	Horas presenciales	27	13,5	4,5	2
	Horas NO presenciales			13,5	52

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Albendín Moya, Juan José	albendin@uhu.es	
Otros	Berdejo Rodríguez, Alejandro	berdejo@hotelconsulting.es	
	Riol Gallego, Aquilino	a.riol@barcelo.com	

**Descriptorios:**

Investigación Comercial, El Mercado, Marketing-Mix, Plan de Marketing, Turismo

**Objetivos**

De carácter específico

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.

De carácter transversal o genérico

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.

**Aproximaciones metodológicas**

La metodología empleada se basa en el uso de:

- clase magistral (aproximadamente el 40%)
- análisis y resolución en grupos de casos prácticos propuestos (30%)
- debate y puesta en común de las conclusiones, ideas, etc. derivadas de la lectura en clase de noticias de actualidad sobre el tema objeto de la clase. (30%)

**Contenidos**

Teórico



El Marketing y el Turismo  
El Plan de Marketing en Turismo  
La Investigación de Mercados y su uso en la gestión de empresas turísticas.  
Peculiaridades de las variables del Marketing-Mix en el turismo.  
Práctico  
Elaboración de un plan de Marketing para una empresa turística.

### **Bibliografía recomendada**

#### **Básica**

ESTEBAN, A.; MARTIN-CONSUEGRA, D.; MILLÁN, A. Y MOLINA, A.:  
Introducción al Marketing (2002). Ariel Economía, Barcelona.  
MARTÍN ARMARIO, E.:  
Marketing (1993). Ariel Economía, Barcelona.  
KOTLER, P.:  
Dirección de Marketing (2000), Prentice Hall, Madrid  
SANTESMASES, M.:  
Marketing Conceptos y Estrategias (1991), Pirámide, Madrid.

#### **Específica**

BIGNE, E., FONT, X. Y ANDREU, L.:  
Marketing de destinos turísticos (2000), ESIC, Madrid  
KOTLER, P., BOWEN, J. Y MAKENS, J.:  
Mercadotecnia para hotelería y turismo (1997), Prentice Hall, México  
EJARQUE, J.:  
Destinos turísticos de éxito (2005), Pirámide, Madrid

### **Criterios de Evaluación**

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia y participación en clase: 50%
- Realización de un trabajo en grupo: 50%

### **Recursos para el aprendizaje**

- Pizarra
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Acceso a Internet.

### **Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)**

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Gestión de los Sistemas de Información Contable-financiero en Empresas Turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Escobar Rodríguez, Tomas	tescobar@uhu.es	
Otros	Márquez Barba, Antonio	auditores@lealymartin.com	

**Descriptorios:** Información contable externa e interna, Estados financieros, Auditoría externa, Contabilidad y Control de gestión, Cuadros de mando.

**Objetivos**

De carácter específico:

- a. Conocimiento del marco contable: información interna y externa
- b. Interpretación de Estados Financieros
- c. Evaluación de la calidad de la información contable: Auditoría externa
- d. Analizar el papel de la Contabilidad de Gestión en el proceso de planificación y control
- e. Presentar el Cuadro de Mando como herramienta de gestión.

De carácter transversal o genérico

- f. Capacidad de trabajo en grupo
- g. Capacidad comunicativa
- h. Iniciativa
- i. Trato personal

**Aproximaciones metodológicas**

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

Teoría:

- Lección Magistral
- Tutorías
- Seminarios
- Discusión Dirigida

Práctica:

- Ejercicios
- Método del Caso

## Discusión Dirigida

### Contenidos

#### Teórico

Flujo de información contable: Contabilidad Financiera y Contabilidad de Gestión.  
Lectura e interpretación de los Estados Financieros.  
La auditoría externa como mecanismo para contrastar la fiabilidad de la información contable.  
Contabilidad de Gestión y Control de las Organizaciones.  
El Control de Gestión mediante indicadores: del Cuadro de Mando al Balanced Scorecard.

#### Laboratorio

Aplicación práctica de los paquetes contables

### Bibliografía recomendada

#### Básica

Sáez Torrecilla, Angel (2003): Contabilidad general, McGraw-Hill.  
Sáez Torrecilla, Angel y otros (2004): Contabilidad de costes y contabilidad de gestión, McGraw-Hill.

#### Específica

Moreno Martínez, Francisco Javier (2007): SP ContaPlus, Anaya Multimedia.  
Robert S. Kaplan y David P. Norton (2002): El Cuadro de mando integral (The Balance scorecard), Gestión 2000.

### Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

### Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

### Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Dirección Financiera de las empresas turísticas

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	5	1,2	0,6	0,8	2,4
Distribución ECTS	Horas presenciales	30	15	5	2
	Horas NO presenciales			15	58

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Bonson Ponte, Enrique	bonson@uhu.es	
Otros	Toscano Pardo, David	dtoscano@uhu.es	
	Cortijo Gallego, Virginia	virginia.cortijo@decde.uhu.es	

**Descriptorios:**

Selección de proyectos de inversión en condiciones de certeza e incertidumbre de las empresas turísticas. Modelo de cartera de proyectos. Estructura Financiera y coste de capital: Combinación riesgo-rentabilidad. Análisis financiero.

**Objetivos**

De carácter específico:

En esta asignatura 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. 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.

De carácter transversal o genérico:

- Capacidad de trabajo en grupo
- Capacidad comunicativa
- Iniciativa
- Trato personal

**Aproximaciones metodológicas**

Para alcanzar los objetivos propuestos emplearemos una combinación de métodos docentes:

Teoría:

- Lección Magistral
- Tutorías
- Seminarios
- Discusión Dirigida

#### Práctica:

- Ejercicios
- Método del Caso
- Discusión Dirigida
- Simulación de situaciones reales en la empresa.

#### Contenidos

La empresa turística: Modelo financiero, estructura económica y financiera. Análisis de la liquidez, solvencia y rentabilidad de una empresa turística. Inversión y selección de inversiones. La financiación de la empresa turística. Instrumentos de cobro y pago. Planificación financiera.

#### Bibliografía recomendada

- Aranda Hipólito, A. [1998]: *DIRECCIÓN FINANCIERA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN*. Editorial Centro De Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid.
- Bote Gómez, V. y otros (2005): *CURSO DE FINANCIACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO*. Ed. McGraw-Hill. Madrid.
- Brealey, R.A., Myers, S.C. y Allen, F. (2005): *PRINCIPLES OF CORPORATE FINANCE*. 8ª Edición. McGraw-Hill/Irwin Series in Finance. New York.
- Brealey, R.A.; Myers, S.C. Y Marcus, A.J. [2007]: *Fundamentals of Corporate Finance*. 4ª Edición. McGraw-Hill. New York.
- Casanueva Rocha, R.; García Del Junco, J. Y Caro González, F.J. [2000]: *ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS*. Ed. Pirámide. Madrid.
- García-Gutiérrez, C.; Mascareñas, J. Y Pérez Gorostegui, E. [1988]: *CASOS PRÁCTICOS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN EN LA EMPRESA*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Keown, P. Y Scott, M. [1999]: *INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS. LA PRÁCTICA Y LA LÓGICA DE LA DIRECCIÓN FINANCIERA*. 2ª Edición. Prentice Hall. Madrid.

#### Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

#### Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

#### Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)

ESPAÑOL

INGLÉS

OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	2	0,48	0,24	0,32	0,96
Distribución ECTS	Horas presenciales	12	6	2	2
	Horas NO presenciales			6	22

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Márquez Domínguez, Juan Antonio	Antonio@uhu.es	
Otros	García Delgado, Francisco Javier	fcogarci@dhis2.uhu.es	

**Descriptorios:**

Análisis de la ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos en el marco de la empresa turística, teniendo en cuenta la implantación territorial de los diferentes modelos turísticos.

**Objetivos**

De carácter específico

- Propiciar que el alumno abandone la actitud contemplativa ante el hecho geográfico y razone el espacio turístico como un sistema resultado de interacciones, interdependencias y conflictos múltiples.
- 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.

De carácter transversal o genérico

- 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.

**Aproximaciones metodológicas**

Los contenidos teóricos se impartirán a través del dictado de los diferentes temas, análisis y comentarios de materiales diversos (fotografías, tablas, gráficos, esquemas, etc.). A lo largo del curso se entregará material complementario.

En las clases prácticas se comentará material aportado al efecto de todo tipo: artículos, textos diversos, folletos turísticos, gráficos, etc., y se realizarán trabajos individuales y de equipo. A las prácticas en el Aula se sumarán otras de laboratorio, en las que los alumnos desarrollarán destrezas a la hora de aplicar los contenidos de las clases teóricas a través de la elaboración de trabajos prácticos.

Se realizará una práctica de campo de 5 horas (0,5 créditos), obligatoria, en la que se abordará el análisis territorial del entorno y de la potencialidad del mismo para el desarrollo de la empresa turística.

## Contenidos

### Teórico

Análisis de los recursos territoriales turísticos  
Modelos de implantación territorial y sus repercusiones espaciales  
Impacto ambiental de las actividades turísticas  
Métodos, herramientas e instrumentos de ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos

### Laboratorio

Cálculo de la huella ecológica.  
Simulación de ordenación, planificación y gestión de los recursos turísticos

### Campo

Reconocimiento territorial de la Comarca de Doñana.

## Bibliografía recomendada

### Básica

Álvarez, A. (1994): El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas, Bosch, Barcelona.  
Bardón Fernández, E. (1987): "El paisaje en la oferta turística y recreativa", en Estudios Turísticos, nº 94.  
Boisier, S. (1999): Teorías y metáforas sobre el desarrollo regional, CEPAL, Santiago de Chile.  
Bosch Campubrí, R. (2001): Turismo y Medio Ambiente, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.  
Boullon, R. C. (1988): Planificación del espacio turístico, Trillas, Ciudad de México.  
Coccosis, H. y Nijkamp, P. (Eds.) (1995): Sustainable Tourism Development, Avebury, Aldershot.  
George, P. (1972): El medio ambiente, Oikos-Tau, Barcelona.  
López Olivares, D. (1998): La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos, Universidad Jaume I, Castellón.

### Específica

Acerenza, M. A. (1985): "Planificación estratégica del turismo", en Estudios Turísticos, nº 85.  
Alonso, A. et al. (1991): Directrices y técnicas para la estimación de impactos, Universidad Politécnica de Madrid. Madrid.  
Álvarez Cuervo (1987): "Jerarquización de los recursos turísticos", en Estudios Turísticos, nº 94.  
Andrés Abellán y otros (2000): "Propuesta de un modelo para identificar impactos ambientales en espacios naturales", en Cuadernos de Turismo, nº 5, pp. 7-18.  
Archer, B. y Cooper, C. (1994): "The positive and negative impacts of tourism", en Theobald, W. F.: Global tourism. The next decade, Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 73-91.  
Baker, P. R. (1991): "El turismo y la protección de las áreas naturales", en Papers de Turisme, nº 5, pp. 73-85.  
Barragán Muñoz, J. L. (1993): *Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral*, Oikos-Tau, Barcelona.  
Becker, C. (1995): "Tourism and the Environment", en Montanari, A. y Williams, A. M.: European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring, Wiley and Sons, Chichester, pp. 207-220.  
Bifani, P. (1984): Desarrollo y Medio Ambiente, Monografías de la Dirección General de Medio Ambiente, MOPU, Madrid.  
Bolós, M. de (Dir.) (1992): Manual de Ciencia del Paisaje, Masson, Barcelona.

- Bote Gómez, V. (1992): Turismo en el espacio rural: rehabilitación del patrimonio sociocultural, Popular, Madrid.
- Cahier Espaces (1993): "Tourisme & Environnement, du tourisme nature à l'écotourisme". Número Monográfico.
- Cals, J., Matas, A. y Riera, P. (1993): Evaluación de proyectos. Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
- Crosby Perea, A. (1993): Desarrollo turístico sostenible en el medio rural, CETAF, Madrid.
- Crosby Perea, A. (Dir.) (1994): Interpretación ambiental y turismo rural, CETAF, Madrid.
- Dowling, R. K. (1992): "Tourism and environmental integration: the journey from idealism to realism", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): Progress in tourism, recreation and hospitality management, vol. 4, Belhaven Press, Londres, pp. 33-46.
- Elliot-Spivack, S. M. (1990): "Turismo y Medio Ambiente: dos realidades sinérgicas", en Papers Tourisme, nº 3.
- Esteban Bolea, M. T. (1984): Evaluación del impacto ambiental, Fundación Mapfre, Madrid.
- Fariña, J. e Higuera, E. (1999): Turismo y uso sostenible del territorio, Instituto Juan de Herrera.
- Fourneau, F. y Marchena, M. (Dir.) (1991): Ordenación y desarrollo del turismo en España y Francia, Casa de Velásquez, Madrid.
- García Álvarez, A. (1994): Guía práctica de evaluación de impacto ambiental, Amarú, Salamanca.
- García Novo, F. (1981): "Efectos ecológicos de los equipamientos turísticos", en Coloquio Hispano-Francés sobre espacios litorales. Casa de Velásquez, Madrid.
- Gómez Orea, D. (1978): El medio físico y la planificación, Tomo I, CIFCA, Madrid.
- Goodall, B. (1992): "Environmental auditing for tourism", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): Progress in tourism, recreation and hospitality management, vol. 4, Belhaven Press, Londres, pp. 60-74.
- Gratton, C. y Straaten, J. van der (1994): "The environmental impact of tourism in Europe", en Cooper, C. y Lockwood, A. (Eds.): Progress in tourism, recreation and hospitality management, vol. 5, Belhaven Press, Londres, pp. 147-161.
- Hunter, C. y Green, H. (1995): Tourism and the environment. A sustainable relationship?, Routledge, Londres.
- Jiménez Herrero, L. M. (1992): Medio Ambiente y desarrollo alternativo (gestión racional de los recursos para una sociedad perdurable), IEPALA, Madrid.
- Jurado Almonte, J. M. (Dir.) (2002): El Turismo en el Arco Suratlántico Onubense-Algarví, Turismo Andaluz S. A., San Juan del Puerto.
- Le Bail, J. y Houze, C. (1999): "Desarrollo turístico y sociedad pesquera: El caso de Isla Mujeres (México)", en Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, nº 45.
- Leno Cerro, F. (1989): La evaluación de los recursos turísticos. El caso del Canal de Castilla, 2 vols., Tesis Doctoral, Universidad Complutense, Madrid.
- Lozato-Giotart, J. P. (1990): Geografía del Turismo, Masson, Barcelona.
- Lozato-Giotart, J. P. (1991): Mediterráneo y Turismo, Masson, Barcelona.
- Marchena Gómez, M. J. (1998): "Desarrollo sostenible y espacios protegidos: la explotación del recurso turístico", en Parques Naturales Andaluces. Conservación y Cultura, Junta de Andalucía, Sevilla.
- Marchena Gómez, M. J. (1998): "Políticas de desarrollo de productos turísticos y estrategias de planificación del territorio", en Oliveras, J. y Antón, S. (Eds.): Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo, universidad Rovira i Vigil, Tarragona, pp. 125-136.
- Oliveras, J. y Antón, S. (Eds.): Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo, Universidad Rovira i Vigil, Tarragona.

### **Criterios de Evaluación**

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%



- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

**Recursos para el aprendizaje**

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de vídeo y ordenador para exposiciones y clases.
- Laboratorios.
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

**Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)**

ESPAÑOL  INGLÉS  OTRO, especificar

**Nombre de la Asignatura:**

Métodos de Investigación Aplicados al Turismo

	Total	Teóricos	Prácticos	Actividades dirigidas	Trabajo Personal
Créditos ECTS	3	0,72	0,36	0,48	1,44
Distribución ECTS	Horas presenciales	18	9	3	2
	Horas NO presenciales			9	34

Profesorado		E-mail	Tutorías
Responsable	Martínez López, Francisco	Francis@uhu.es	
Otros	García del Hoyo, Juan José	hoyo@uhu.es	
	García Ordaz, Félix	felix@uhu.es	

**Descriptorios:**

Conocimiento científico, Técnicas de Investigación, Estadística, Turismo

**Objetivos**

De carácter específico.

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.

De carácter transversal o genérico.

Aprender a diseñar, formular e implementar un proyecto de investigación aplicable al ámbito del turismo en su vertiente socioeconómica.

**Aproximaciones metodológicas**

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados proponemos utilizar una combinación de métodos docentes.

Teoría:

- Lección Magistral
- Tutorías
- Seminarios
- Discusión Dirigida

Práctica:

- Ejercicios
- Método del Caso
- Discusión Dirigida

## Contenidos

Teórico. El conocimiento científico. Principales elementos en la investigación científica. Técnicas de Investigación. Análisis económico del sector turístico.

Laboratorio. Tratamiento de datos. Búsqueda de información. Aplicación de técnicas estadísticas con software específico.

## Bibliografía recomendada

### Básica.

PADUA, JORGE, Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales, México. Fondo de Cultura Económica. 1979. 360 p.

BERGMANN, Gustav, Filosofía de la Ciencia, Ed. Tecnos, Madrid, 1971.

CASTELLS, Manuel, Metodología y Epistemología de las Ciencias Sociales, Ed. Ayuso, Madrid, 1975.

KUHN, Thomas S., La Estructura de las Revoluciones Científicas, Ed. FCE, Madrid, 1981.

NAGEL, Ernest, La Estructura de la Ciencia (Problemas de la Lógica de la Investigación Científica), Ed. Paidós, Buenos Aires, 1968.

LAKATOS, I.: Historia de la ciencia y sus reconstrucciones racionales. Madrid, Tecnos, 1974 (e.o. 1970).

POPPER, K. R. Ensayos de filosofía de la ciencia. Madrid, Tecnos, 1970.

### Específica

SIERRA BRAVO, R.: Ciencias Sociales: Epistemología, lógica y metodología. Teoría y ejercicios. Madrid, Madrid, Paraninfo, 1984.

FERNANDEZ FUSTER, L., Historia general del turismo de masas. Madrid, Alianza, 1991.

RONQUILLO, A.: Estadística Aplicada al sector Turístico. Ed. Centro de estudios Ramón Areces.

AZANAR GRASSA, A. y A. GARCÍA FERRER, (1991), Problemas de Econometría, Madrid: Ed. Pirámide, 495 págs.

CANAVOS, G. C., (1988), Probabilidad y Estadística, México: McGraw-Hill, 651 págs.

DÍAZ FERNÁNDEZ, M., y M. M. LLORENTE MARRÓN, (1998), Econometría, Madrid: Pirámide, 299 págs.

ESPASA, A. y J. R. CANCELO (eds.), (1993), Métodos cuantitativos para el análisis de la coyuntura económica, Madrid: Alianza Editorial, 689 págs.

## Criterios de Evaluación

Se llevará a cabo un sistema de evaluación consistente en:

- Asistencia a clase: 20%
- Asistencia y realización de prácticas: 20%
- Realización de trabajos académicamente dirigidos: 20%
- Examen teórico-práctico: 40%

## Recursos para el aprendizaje

- Pizarra y retroproyector
- Utilización de cañón de video y ordenador para exposiciones y clases.
- Aulas de informática
- Biblioteca especializada.
- Acceso a Internet.

**Idiomas en que se imparte (señalar con una cruz)**

ESPAÑOL  INGLÉS  OTRO, especificar

ANEXO. Tabla II de distribución de competencias genéricas por asignaturas

	COMPETENCIAS GENÉRICAS															
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	
Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas	X		X	X	X	X						X	X	X	X	X
Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos	X		X	X	X	X						X	X		X	X
Métodos de Investigación Aplicados a las Empresas Turísticas				X	X							X	X	X	X	X
Organización y Gestión de Empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X
Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X			X	X
Gestión de Recursos Humanos y Comunicación	X		X	X		X	X	X	X	X	X	X				
Gestión Comercial y Marketing de las empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión de los Sistemas de Información Contable - Financiero	X			X	X							X	X	X	X	X
Dirección Económica - Financiera de las Empresas Turísticas	X		X	X	X							X	X	X	X	X
Gestión de Compras y Almacén	X	X	X	X				X	X	X	X	X	X			

Competencias genéricas o transversales

- A. Definir prioridades en la consecución de objetivos
- B. Tener visión innovadora, prospectiva y preactiva
- C. Adaptarse a nuevas situaciones
- D. Tomar decisiones y resolver problemas
- E. Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos
- F. Trabajar en un contexto de responsabilidad social
- G. Manejar las técnicas de comunicación y servucción
- H. Negociar: llegara a acuerdos
- I. Organizar y liderar equipos
- J. Reconocer las competencias y habilidades a nivel individual, grupal y organizativo
- K. Compromiso ético
- L. Capacidad de aprender de forma autónoma (autoaprendizaje)
- M. Manejar técnicas de recogida y análisis de datos
- N. Conocer los fundamentos y aplicar metodologías científicas adecuadas
- O. Convertir un problema empírico en un objetivo de investigación y elaborar conclusiones

P.

ANEXO. Tabla III. Distribución de competencias específicas por asignaturas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas	X	X			X											
Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos		X	X	X	X		X					X			X	X
Métodos de Investigación Aplicados a las Empresas Turísticas	X									X						
Organización y Gestión de Empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X	X		X				X	X	X	X
Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X		X	X	X
Gestión de Recursos Humanos y Comunicación				X	X	X	X		X			X		X	X	
Gestión Comercial y Marketing de las empresas Turísticas	X	X	X	X	X	X					X	X		X	X	X
Gestión de los Sistemas de Información Contable - Financiero				X		X		X		X		X		X	X	
Dirección Económica - Financiera de las Empresas Turísticas				X		X		X		X		X		X	X	
Gestión de Compras y Almacén				X				X						X		

  

	17	18	19	20	21
Análisis del Entorno Económico de las Empresas Turísticas	X	X	X	X	X
Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos	X	X	X		
Métodos de Investigación Aplicados a las Empresas Turísticas				X	
Organización y Gestión de Empresas Turísticas		X			
Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	X	X	X	X	
Gestión de Recursos Humanos y Comunicación		X			
Gestión Comercial y Marketing de las empresas Turísticas		X			
Gestión de los Sistemas de Información Contable - Financiero		X			
Dirección Económica - Financiera de las Empresas Turísticas		X			
Gestión de Compras y Almacén		X		X	

### Competencias específicas:

1. Conocer las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos y su incidencia en la Gestión y Dirección de entidades turísticas
2. Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos
3. Conocer los principios de la gestión sostenible
4. Decidir sobre la aplicación de las nuevas tecnologías
5. Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del destino turístico para la gestión de nuevas entidades o desarrollo de innovaciones turísticas
6. Entender el destino turístico y empresa como sistema
7. Aplicar sistemas de calidad y gestión medioambiental, económica y social
8. Aplicar las técnicas de gestión económico-financiera para la explotación turística
9. Conocer las técnicas de dirección empresarial
10. Analizar críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas
11. Comprender la importancia de las redes en las que la organización se encuentra inmersa y saber posicionarse en ellas
12. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas
13. Saber representar a la organización
14. Conocer las competencias y funciones de las diferentes áreas de gestión
15. Dirigir, organizar y gestionar medioambientalmente (managemet) los distintos tipos de entidades turísticas, así como de sus diferentes departamentos (Financiero, comercial, personal, ...)
16. Diseñar productos y emprender proyectos turísticos con criterios sostenibles
17. Relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico
18. Aplicar instrumentos de planificación
19. Conocer las políticas que afectan al turismo, analizando los objetivos, las estrategias y los instrumentos públicos de la planificación turística para su aprovechamiento en la gestión empresarial
20. Establecer sistemas de control de la evolución de la actividad turística
21. Conocer las áreas de gestión de la administración pública turística

## 5. RESULTADOS PREVISTOS (Punto 8 del Anexo I del R.D. 1393/2007)

### 5.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación

Presentamos los valores obtenidos en el título propio, título del que procede el presente master, en los tres cursos académicos anteriores

	2005/06	2006/07	2007/08	Media
<b>Tasa de graduación</b>	<b>28 %</b>	<b>67%</b>	<b>46 %</b>	<b>47%</b>
<b>Tasa de abandono</b>	<b>72 %</b>	<b>0%</b>	<b>--</b>	<b>36 %</b>
<b>Tasa de eficiencia</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

La gran diferencia obtenida en la tasa de abandono es debida al gran número de alumnos de la promoción 2005/06 que obtuvieron trabajo y no terminaron los estudios del título propio por no presentar el trabajo fin de master. Queremos recordar que el carácter profesionalizador del título propio.

Valores estimados

Ratios	Valores estimados
<b>Tasa de graduación</b>	45 %
<b>Tasa de abandono</b>	20 %
<b>Tasa de eficiencia</b>	80 %

### 5.2. Progreso y resultados de aprendizaje

La Unidad para la Calidad de la Universidad, en colaboración con el Servicio de Informática, proporcionará los siguientes datos cuantitativos a la Comisión de Calidad del Título, con el fin de evaluar el rendimiento general de los estudiantes de sus titulaciones oficiales a través de los siguientes indicadores de rendimiento:

-Tasa de rendimiento: Relación porcentual entre el número total de créditos superados (excluidos adaptados, convalidados, y reconocidos) por el alumnado en un estudio y el número total de créditos matriculados.

-Tasa de éxito: Relación porcentual entre el número total de créditos superados (excluidos adaptados, convalidados, y reconocidos) por el alumnado de un estudio y el número total de créditos presentados a examen.

- Tasa de abandono: Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior

- Duración media de los estudios: Duración media (en años) que los estudiantes tardan en superar los créditos correspondientes al plan de estudios (exceptuando el proyecto fin de carrera, si es el caso).

- Tasa de graduación: Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en año académico más en relación con su cohorte de entrada.

- Tasa de eficiencia: Relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus



estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.

**6. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DE TÍTULO** (Punto 9 del Anexo I del R.D. 1393/2007)

Ficheros adjuntos: Master oficial verifica punto 9  
Sgc punto 9\_1