

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO		CÓDIGO CENTRO				
Universidad de Lleida		Escuela Universitaria de Turismo OSTELEA		08072632				
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA						
Máster		Gestión Internacional del Turismo						
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA								
Máster Universitario en Gestión Internacional del Turismo por la Universidad de Lleida								
NIVEL MECES								
3 3								
RAMA DE CONOCIMIENTO			CONJUNTO					
Ciencias Sociales y Jurídicas			No					
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS			NORMA HABILITACIÓN					
No								
SOLICITANTE								
NOMBRE Y APELLIDOS			CARGO					
Francisco GARCÍA PASCUAL			Vicerrector de Docencia					
Tipo Documento			Número Documento					
NIF								
REPRESENTANTE LEGAL								
NOMBRE Y APELLIDOS			CARGO					
FRANCISCO GARCÍA PASCUAL			Vicerrector de Docencia					
Tipo Documento			Número Documento					
NIF								
RESPONSABLE DEL TÍTULO								
NOMBRE Y APELLIDOS			CARGO					
Francisco GARCÍA PASCUAL			Vicerrector de Docencia					
Tipo Documento			Número Documento					
NIF								
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN								
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.								
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL		MUNICIPIO		TELÉFONO		
Plaça Víctor Siurana, 1		25003		Lleida		973703199		
E-MAIL			PROVINCIA			FAX		
eees@vd.udl.cat			Lleida			973702002		



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Lleida, AM 8 de marzo de 2016
	Firma: Representante legal de la Universidad



## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Gestión Internacional del Turismo por la Universidad de Lleida	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>				
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos				
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales				
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios				
RAMA	ISCED 1	ISCED 2		
Ciencias Sociales y Jurídicas	Administración y gestión de empresas	Viajes, turismo y ocio		
<b>NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA</b>				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya				
<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>				
Universidad de Lleida				
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
044	Universidad de Lleida			
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
<b>LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>				
No existen datos				

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
24	24	12
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos	24.	
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales	24.	
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios	24.	

### 1.3. Universidad de Lleida

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
CÓDIGO	CENTRO
08072632	Escuela Universitaria de Turismo OSTELEA

#### 1.3.2. Escuela Universitaria de Turismo OSTELEA

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

<b>TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL



Sí	Sí	No
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
<b>PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN</b>	<b>SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN</b>	
130	130	
	<b>TIEMPO COMPLETO</b>	
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
	<b>TIEMPO PARCIAL</b>	
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	20.0	59.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	0.0	0.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="http://www.udl.cat/export/sites/universitat-lleida/ca/udl/norma/.galleries/docs/Ordenacio_academica/normes_15-16_castella_master_pag.web-1xmodif_CG30.6.15x.pdf">http://www.udl.cat/export/sites/universitat-lleida/ca/udl/norma/.galleries/docs/Ordenacio_academica/normes_15-16_castella_master_pag.web-1xmodif_CG30.6.15x.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - 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
CB8 - 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
CB9 - 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
CB10 - 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.
<b>GENERALES</b>
CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad
CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
CG14 - Evaluar las estrategias de marketing para la gestión de negocios turísticos en contextos nacionales e internacionales
CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa
CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales
CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.
CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas
CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos
CG7 - Aprender la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
CTI2 - Capacidad de organización y planificación



CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CTI4 - Dominio de una lengua extranjera
CTI5 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.
CTI6 - Capacidad de gestión de la información
CTI7 - Resolución de problemas
CTI8 - Toma de decisiones
CTP1 - Trabajo en equipo
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
CTP6 - Razonamiento crítico.
CTP7 - Compromiso ético
CTS1 - Aprendizaje autónomo
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones
CTS3 - Creatividad
CTS4 - Liderazgo
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor
CTS7 - Motivación por la calidad
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE05 - Planificar e implantar los diferentes procesos de gestión de los recursos humanos (análisis, valoración y planificación de los puestos de trabajo, selección y formación del personal, evaluación del rendimiento y gestión de compensaciones), atendiendo a las singularidades de las organizaciones turísticas y teniendo en cuenta el contexto internacional y multicultural en que presta servicios
CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.
CE01 - Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva
CE02 - Aplicar los criterios y métodos cuantitativos y cualitativos para anticipar los rasgos esenciales de la estructura de los mercados, su segmentación y los patrones de comportamiento de los consumidores de turismo y ocio, y utilizar esta información para la toma de decisiones estratégicas y operativas de marketing en contextos nacionales e internacionales
CE12 - Llevar a cabo investigaciones estratégicas o de marketing sobre un tema en el ámbito del master, teniendo en cuenta la necesidad de síntesis, planteamiento de objetivos, proceso metodológico y aplicación en un contexto internacional, de modo que se sea capaz de realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística.
CETF1 - Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos al desarrollo de un plan de negocio para la creación de una empresa internacional del sector de hotelería o de restauración; o al desarrollo de un proyecto de mejora de la gestión de procesos, operaciones, recursos o personas en una empresa real de hotelería o de restauración.
CETF2 - Adquirir la capacidad de planificar y llevar a la práctica una investigación en el ámbito académico sobre temas clave para la competitividad, rentabilidad, supervivencia o crecimiento de un destino turístico o una empresa de hotelería / restauración, aprendiendo a identificar fuentes de información, los métodos para explotarla y cómo extraer conclusiones y recomendaciones de valor.
CETF3 - Adquirir la capacidad de elaborar y transmitir ideas, proyectos, informes y propuestas dentro de equipos y en empresas del sector turístico o en organizaciones de promoción y apoyo a destinos turísticos, dominando las peculiaridades de esta actividad en cuanto a cultura, recursos, expectativas y estrategias de los agentes clave en el mismo.
CETF4 - Aplicar técnicas de trabajo intelectual y de gestión del tiempo personal que encajen y sean consistentes con las prácticas de trabajo en el sector turístico; así como los métodos de búsqueda y gestión de información relevante conociendo para ello el



mapa de conocimiento del sector y cómo acceder a él, incluyendo el uso avanzado de nuevas tecnologías y métodos de inteligencia competitiva.
CE03 - Evaluar y aplicar políticas de producto, comunicación, comercialización y precio que tengan en cuenta el alcance de las operaciones de la empresa y las necesidades de sus mercados-objetivo nacionales e internacionales, y controlar la eficacia de estas acciones y su alineamiento con los objetivos generales y de marketing
CE04 - Interpretar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y en especial Internet, como ventana de promoción y comercialización turísticas que amplíen el alcance de la empresa a los mercados mundiales y como base para crear contenidos en nuevos modelos de negocio digitales.
CE06 - Construir y difundir una cultura y una ética empresarial que influyan positivamente en la convivencia y la eficacia de la organización turística, y la hagan más flexible para adaptarse a entornos internacionales polivalentes y capaz de colaborar en alianzas y estrategias en red que posibiliten la mejora global de la competitividad del destino turístico.
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.
CE09 - Valorar los aspectos clave de la dirección general de una empresa turística, a fin de determinar los objetivos estratégicos, la organización de los recursos y capacidades y las estrategias competitivas y corporativas capaces de crear un posicionamiento en los mercados acordes a las oportunidades y amenazas que se le presentan.
CE10 - Valorar la situación económico-financiera y el riesgo de la empresa turística, controlar su evolución y extraer del cuadro de mando recomendaciones de estrategias y políticas financieras y operativas que consideren el alcance internacional de las operaciones y cumplan los criterios de rentabilidad, liquidez y seguridad tanto en la selección de proyectos de inversión como de sus fuentes de financiación.
CE11 - Desarrollar planes de negocio y aplicar una metodología para la creación y planificación de proyectos emprendedores para empresas y destinos turísticos que se dirijan a mercados internacionales

#### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

##### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

##### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

###### Acceso

De acuerdo con lo previsto en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, con carácter general podrán acceder a enseñanzas oficiales de máster quienes reúnan los requisitos exigidos:

- Estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de máster.
- Asimismo, 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 Máster.
- En caso de los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior que no tengan homologado su título extranjero, la Comisión del centro responsable del máster puede solicitar la documentación que sea necesaria para llevar a cabo la comprobación de que se cumplen las condiciones específicas de acceso a este máster, incluso la homologación del título si no puede determinar con seguridad que el título extranjero acredita los requisitos de acceso.

###### Admisión

El artículo 17 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, regula la admisión a las enseñanzas de máster y establece que los estudiantes podrán ser admitidos conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración que establezca la universidad.

###### Criterios específicos de admisión:

Como se ha mencionado anteriormente, el Máster Universitario Gestión del Turismo Internacional está abierto a estudiantes con perfiles de ingreso recomendado muy diverso, desde graduados en titulaciones de la rama de Ciencias Sociales hasta, arquitectos o ingenieros de distintas especialidades con conocimientos en Turismo.

Para poder acceder a este máster, el estudiante tendrá que estar en posesión de un título de grado o bien una ingeniería, licenciatura, arquitectura, diplomatura, ingeniería y arquitectura técnica de la anterior ordenación de estudios.

Como se ha mencionado anteriormente, se prevé que, a partir del segundo año de implantación, se ofrezcan sendos itinerarios completos en lengua española o inglesa. Pues bien, para los estudiantes que cursen dicho máster íntegramente en inglés, se exigirá un nivel equivalente al B2 (FCE, IELTS 5 o TOEFL 61). Dicho requisito se solicitará con carácter previo al inicio del curso académico.



En cualquier caso, cuando los alumnos que no sean titulados universitarios de las ramas de conocimiento que dan lugar al ingreso inmediato en la titulación, tal y como se ha especificado en el punto 4.1., o no hayan cursado programas oficiales de master que incluyan los fundamentos de estas titulaciones, deberán cursar complementos formativos para nivelar sus conocimientos en materias básicas en turismo o en gestión de empresas, según la especialidad que vayan a cursar. Estos complementos formativos tienen carácter obligatorio, y se realizarán antes del primer cuatrimestre del máster; concretamente, entre la última semana de agosto y mediados de octubre.

Sin embargo, y en caso de que los alumnos dispongan de una experiencia probada en el ámbito del turismo o la gestión empresarial, la Comisión del Máster evaluará la eventual convalidación de los complementos en función del puesto desempeñado y del alcance temporal de su experiencia previa.

La experiencia se prueba mediante un documento emitido, firmado y sellado por la entidad para la que el alumno quiera acreditar su experiencia profesional, y en la que conste que ha desempeñado funciones de gestión en cargos intermedios y altos. Las materias a convalidar dependerán del área funcional, según tabla de convalidaciones adjunta.

#### Criterios de valoración de méritos y selección:

En el proceso de admisión se tendrán en cuenta los siguientes elementos, con los pesos indicados:

- Expediente académico (50%): Nota final del expediente académico sobre una puntuación media máxima de 4. En caso que el alumno esté en posesión de más de una titulación de Grado, o equivalente, se escogerá la nota media más alta.
  - Valoración del expediente por asignatura:
    - Aprobado 1 punto
    - Notable 2 puntos
    - Excelente 3 puntos
    - Matrícula de Honor 4 puntos
- Currículum académico (20%)
  - Elementos de Valoración del CV:
    - Formación (ponderación 70%): Máximo 10 puntos
      - Titulaciones Oficiales Universitarias de pre-grado regladas: 2 puntos por cada una
      - Titulaciones Oficiales Universitarias de pre-grado no regladas: 1 punto por cada una
      - Titulaciones Oficiales Universitarias de post-grado regladas: 4 puntos por cada una
      - Titulaciones Oficiales Universitarias de post-grado no regladas: 1,5 puntos por cada una
    - Idiomas (ponderación 20%). En caso necesario, se podrá pedir acreditación oficial para la certificación del nivel: Máximo 10 puntos
      - Lenguas maternas o idiomas aprendidos con un nivel C1/C2 escrito, leído y hablado: 2,5 puntos por idioma
      - Idiomas con un nivel B1-B2, media entre leído, hablado y escrito: 1,5 punto por idioma
      - Idiomas con un nivel inferior a B1, media entre leído, hablado y escrito: 0,5 punto por idioma
    - Otros méritos (ponderación 10%): pertenencia a asociaciones empresariales o que tengan referencia a la áreas de conocimiento de los programas, premios, publicaciones o proyectos empresariales en marcha.
- Experiencia profesional (20%)
  - Experiencia Profesional: Máximo 10 puntos
    - Experiencia laboral que incluya ámbitos específicos de conocimiento del Master: 2 puntos por año
    - Experiencia laboral que no incluya ámbitos específicos de conocimiento del Master, pero sí genéricos de turismo o de gestión empresarial: 0,5 puntos por año
    - Experiencia laboral que no incluya ámbitos específicos de conocimiento del Master ni específicos de turismo o de gestión empresarial: 0 puntos por año
- Carta de motivación y/o entrevista personal (10%)

Puesto que la valoración del expediente académico en el estado español se realiza en la escala 1 a 4, y para ponderarlo con el resto de elementos que componen los criterios de valoración de méritos y selección (con base 10), se establece la siguiente equivalencia:

1 punto = 2,5

2 puntos = 5

3 puntos = 7,5

4 puntos = 10

La puntuación final se utilizará como criterio de admisión en el supuesto de que la demanda supere la oferta. En caso de darse un empate entre dos o más candidatos, se aceptarán sus solicitudes por riguroso orden de llegada.

#### Composición de la Comisión Académica del Máster:

La Comisión Académica del Master está formada por:

- El director general de Ostelea
- El jefe de estudios de Ostelea
- El director del programa

Las funciones de la Comisión Académica del Máster son:





- Velar por la calidad y la adecuación de los contenidos al formato y la especialización del máster.
- Aplicar el procedimiento de admisión establecido en la presente memoria, a propuesta de la Dirección Académica.
- Aplicar los criterios de realización de los complementos formativos establecidos en la presente memoria, a propuesta de la Dirección Académica.
- Valorar los créditos que son objeto de reconocimiento, si procede, en función de la formación previa acreditada por los estudiantes en enseñanzas oficiales, por la experiencia laboral y profesional acreditada, o bien por créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos.
- Dirimir en los eventuales conflictos derivados de los procesos de evaluación de las materias y las asignaturas.

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

La acción tutorial se plantea en la titulación como un servicio de atención al estudiantado, mediante el cual el tutor o tutora orienta, informa y asesora de forma personalizada al estudiante.

Los mecanismos de apoyo y orientación a los estudiantes ya matriculados son los siguientes:

##### A) Actuaciones institucionales en el marco del Plan de Acción Tutorial:

- Elaborar un calendario de actuación en cuanto a la coordinación de tutorías
- Seleccionar a las tutoras y tutores
- Informar al alumnado al inicio del máster sobre la tutora o tutor correspondiente
- Convocar la primera reunión grupal de inicio del máster
- Evaluar el Plan de acción tutorial de la titulación

##### B) Actuaciones del/la tutor/a:

- Asesorar al estudiantado en el diseño de la planificación de su itinerario académico personal
- Convocar reuniones grupales e individuales con el estudiantado que tutoriza, a lo largo de todo el curso.
- Facilitar información sobre la estructura y funcionamiento de la titulación, así como la normativa académica que afecta a sus estudios.
- Valorar las acciones realizadas en cuanto a satisfacción y resultados académicos de los tutorizados.

##### C) Apoyo a los estudiantes de la modalidad semipresencial:

- Tutorías a distancia a demanda del estudiante a través del campus virtual del centro.
- Calendario de tutorías presenciales establecido a priori con el estudiante.

Igualmente, el centro dispone de un plan de acompañamiento/tutoría, desde el momento en que se produce el asesoramiento del estudiante, previo a la matriculación del alumno en el programa, y que culmina con su graduación.

#### 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

##### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

##### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

##### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Normativa Académica de Estudios Oficiales de Master. Curso 2015-16 (Aprovada pel Consell de Govern en la sessió de 25.03.2015 i pel Ple del Consell Social de 27.3.2015)

#### Transferencia de créditos

La transferencia de créditos implica que en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante se incluirá la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en esta o en otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial. Estos créditos transferidos deberán hacerse constar en el suplemento europeo al título.

Para realizar esta transferencia de créditos será necesario que el o la estudiante cierre el expediente de la titulación abandonada y presente, en la Secretaría del centro donde desee matricularse, el resguardo del traslado del expediente, para que el centro de destino pueda incluir en el expediente académico del o de la estudiante los créditos obtenidos en la titulación de origen.



Estos créditos no computarán a los efectos de la obtención del título.

En el supuesto de que el o la estudiante tenga concedida la simultaneidad de estudios, no se procederá a realizar la transferencia de créditos de la titulación de origen, puesto que la razón de dicha solicitud de simultaneidad es poder cursar en su totalidad ambas enseñanzas. En caso de que el o la estudiante abandone alguna de las enseñanzas matriculadas, podrá solicitar la transferencia de créditos de los estudios abandonados siempre que efectúe el traslado de expediente.



## Reconocimiento de créditos

El reconocimiento de créditos, de acuerdo con lo establecido por el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre (BOE de 30 de octubre de 2007), modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio (BOE de 3 de julio de 2010), es la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma o en otra universidad, son computados en otras enseñanzas a los efectos de la obtención de un título oficial.

Estos créditos reconocidos deberán constar en el expediente del o de la estudiante y en el suplemento europeo al título con la calificación de origen.

Asimismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos (títulos propios).

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computan a los efectos de obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al citado título.

Para acreditar la experiencia laboral y profesional será necesario un informe de la empresa donde trabaja o ha trabajado. La Comisión del máster podrá solicitar más documentación si lo considera necesario antes de efectuar el reconocimiento de créditos.

En cualquier caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o máster.

El número de créditos reconocidos por la experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá superar, en conjunto, el 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios.

El reconocimiento de estos créditos no incorpora calificación y, por lo tanto, no computará a los efectos de hacer el baremo del expediente.

### Solicitud de reconocimiento de créditos, plazo y documentos a presentar

El o la estudiante que desee solicitar el reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster deberá indicarlo en el impreso de preinscripción y presentará la documentación que se establece en estas normas, en el plazo de preinscripción o bien en el plazo que le indique el centro si así lo juzga conveniente.

Las solicitudes de reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster las resolverá el órgano responsable del POP, a propuesta de la Comisión de Estudios del máster.

Los créditos reconocidos deberán matricularse en el período de matrícula establecido para el máster, y deberá abonarse el importe que determine el decreto de precios.

### Criterios para reconocer créditos en las enseñanzas de máster

1. De acuerdo con lo establecido por la disposición adicional cuarta del Real Decreto 1393/2007, las personas en posesión de un título de licenciatura, arquitectura o ingeniería podrán obtener reconocimiento de créditos en las enseñanzas de máster teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados de las enseñanzas cursadas y las previstas en el plan de estudios de la enseñanza de máster solicitada.
2. El porcentaje de créditos que podrá reconocerse en un máster a personas que accedan a él con título de licenciatura, arquitectura, ingeniería o un programa de doctorado será inferior al 50%. En los másteres con atribuciones profesionales reguladas y que tienen las mismas competencias profesionales que las titulaciones de segundo ciclo correspondientes extinguidas, este límite no será aplicable cuando la tabla de reconocimientos entre la titulación del segundo ciclo y el máster de un porcentaje de créditos superior, tanto si esta tabla ha sido aprobada por ANECA o AQU como por la Junta del centro.

Los créditos correspondientes al trabajo de fin de máster deberán cursarse siempre, y en ningún caso serán motivo de reconocimiento.

En ambos casos el reconocimiento se realizará tal como se establece en el apartado anterior.

1. En las enseñanzas de máster podrán reconocerse créditos superados en otros másteres oficiales universitarios.
2. Podrán reconocerse créditos por experiencia laboral y profesional acreditada y por títulos propios, de acuerdo con lo establecido en el apartado 8.2 de las presentes normas.
3. En las enseñanzas de máster no podrán reconocerse créditos de títulos correspondientes a diplomaturas, arquitectura técnica, ingenierías técnicas y grados.



4. El porcentaje de créditos que podrá reconocerse al estudiantado admitido a un máster con título de diplomatura, arquitectura técnica o ingeniería técnica con créditos superados en un segundo ciclo no finalizado será inferior al 50% del total de créditos del máster, y siempre que exista adecuación entre las competencias y los conocimientos de los estudios/créditos de segundo ciclo y los del máster.

Según determina el art. 6 del Real Decreto 861/2010, la experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. Sin embargo, y habida cuenta de que el presente máster se compone únicamente de 60 ECTS, consideramos que no procede el reconocimiento de créditos por esta vía.

En referencia al reconocimiento por títulos propios cursados por anterioridad por el alumno, el número máximo de créditos que se podrán reconocer es de 9 ECTS, correspondientes al 15% de 60 ECTS. En ningún caso se podrán reconocer los trabajos de fin de máster (TFM) de títulos propios. El alumno que desee solicitar el reconocimiento de títulos propios anteriores deberá aportar la documentación siguiente, que será analizada por la Comisión Académica del Máster:

Número de créditos

Planificación de las enseñanzas

Objetivos

Competencias

Criterios de evaluación

Criterios de calificación

Temática del proyecto final

Expediente académico incluyendo nota media ponderada

En vistas de la documentación aportada por el alumno, la Comisión Académica del Máster decidirá, si procede, el/los crédito/s que cabe reconocer.

#### 4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

Si bien por la naturaleza transversal de muchas de las materias y competencias que componen el máster, concluimos que éste puede ser cursado por perfiles de alumnos con un amplio espectro de formaciones previas de grado o licenciatura, no es menos cierto que en la parte troncal existe la asignatura de Finanzas para el Sector Turístico, con resultados de aprendizaje que requieren de determinadas habilidades previas en el campo de la contabilidad y las finanzas. Del mismo modo, la especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales contiene materias, competencias y resultados de aprendizaje que requieren de habilidades previas en el ámbito de la gestión y la administración de empresas.

Por este motivo, todos los estudiantes del máster que provengan de estudios previos que no aseguren la consecución de dichas habilidades en el campo de la contabilidad y las finanzas; así como los de la especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales que tampoco hayan adquirido competencias previas en el ámbito de la gestión de empresas, deberán cursar complementos formativos.

Concretamente, los complementos formativos son:

- **Contabilidad Financiera:** Para todos los estudiantes del máster que provengan de estudios previos sin competencias en dicho ámbito.
- **Organización y Dirección de Empresas:** Para todos los estudiantes de la especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales que provengan de estudios previos sin competencias en dichos ámbitos.

Ambos complementos, de 6 ECTS cada uno, se ofrecerán de manera intensiva y semipresencial con anterioridad al inicio lectivo del máster; esto es, entre el primer día laborable de septiembre y el citado inicio lectivo.

Para el diseño de los complementos formativos se han tomado como referencia sendas asignaturas de iguales competencias del Grado en Administración y Dirección de Empresas



En los cuadros adjuntos se especifican las titulaciones que requerirán el seguimiento de uno o de ambos complementos:

Titulación de Acceso	Complementos Formativos
Grados o licenciaturas del ámbito de las Artes y las Humanidades***	Organización y Administración de Empresas** Contabilidad Financiera
Grados o licenciaturas del ámbito de las Ciencias	Organización y Administración de Empresas**
Grados o licenciaturas del ámbito de las Ciencias de la Salud	Organización y Administración de Empresas**
Grados o licenciaturas del ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas	Ver cuadro inferior*
Grados o licenciaturas del ámbito de las Ingenierías y la Arquitectura	Organización y Administración de Empresas**

*\*Habida cuenta de que los complementos formativos requeridos son del ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas, se desarrollan sus titulaciones con más amplitud seguidamente:*

Complementos Formativos	Titulación de Acceso
Organización y Administración de Empresas** Contabilidad Financiera	Antropología Psicología Ciencia Política Historia Comunicación
Contabilidad Financiera	Derecho
Organización y Administración de Empresas**	Sociología Educación Geografía Estadística
Sin complementos formativos	Economía Empresa

*\*\*Sólo para alumnos que cursen la especialidad de Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales.*

*\*\*\*Los graduados en Turismo no deberán cursar complementos formativos.*

Los complementos formativos garantizarán la adquisición de las competencias requeridas para iniciar el programa de máster y tendrán, a efectos de precio público, la consideración de créditos del máster.

Estos complementos de formación pueden ser eximidos siempre y cuando el alumno que los tuviera que cursar en virtud de su titulación, acredite fehacientemente la siguiente experiencia profesional en cuadros de dirección o gestión de empresas, tal y como se ha indicado anteriormente:

Formación previa	Años de experiencia en dirección o gestión de empresas
Ingenierías	Dos años de experiencia
Resto de grados/licenciaturas	Tres años de experiencia
Área funcional	Complementos formativos convalidados
Dirección	Organización y dirección de empresas Contabilidad financiera
Marketing y comercial	Organización y dirección de empresas
Recursos humanos	Organización y dirección de empresas
Logística y operaciones	Contabilidad financiera Organización y dirección de empresas
Contabilidad y finanzas	Contabilidad financiera Organización y dirección de empresas



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>
Ver Apartado 5: Anexo 1.
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo. (Actividad Presencial)
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)
Planteamiento y resolución de problemas mediante trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula. (Actividad Presencial)
Tutorías. (Actividad Presencial)
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo. (Actividad Semi-Presencial)
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)
Planteamiento y resolución de problemas mediante trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula. (Actividad Semi-Presencial)
Tutorías. (Actividad Semi-Presencial)
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.
Aprendizaje basado en problemas/proyectos. Realización de trabajos individuales o en grupo para desarrollar proyectos de creación de empresa o de investigación en el que es necesario una coordinación del trabajo y una división de las tareas entre los miembros del equipo, así como una presentación final.
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.
Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.
Tutorías presenciales. Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos.
Trabajo de fin de máster. El TFM puede realizarse en grupo, siempre y cuando los equipos estén conformados por un máximo de tres estudiantes. Un tutor no puede tutorizar más de cinco grupos. La normativa del TFM asegura que tanto el seguimiento por parte del tutor, que deberá emitir un dictamen separado para cada alumno, como la evaluación, por parte del tribunal ante el que se defenderá el TFM, son de carácter individual y autónomo. Toda la información relativa al sistema de evaluación está contenida en la Normativa del Trabajo de Fin de Máster (Másteres Universitarios):
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.



Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.		
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.		
Ejercicio escrito. Prueba de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre algunos contenidos específicos.		
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.		
Seguimiento del proyecto Valoración individual del tutor del trabajo realizado por el alumno.		
Memoria escrita Evaluación del documento final del trabajo de fin de máster.		
<b>5.5 NIVEL 1: TRONCAL</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Estructura y finanzas internacionales del sector turístico</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Estructura del mercado turístico mundial</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
6		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Finanzas internacionales para el sector turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>RE1. Conocer la estructura del mercado turístico mundial a nivel global y por zonas económicas, así como su dinámica de cambio y tendencias. Magnitudes. Dominar los métodos para su análisis.</p> <p>RE2. Conocer la estructura del sector a nivel global y de los distintos negocios que engloba, así como su funcionamiento, agentes clave, factores críticos de éxito y métodos de análisis.</p> <p>RE3- Contabilidad de costes, control de gestión y gestión presupuestaria de empresas turísticas.</p> <p>RE4. Evaluación de proyectos de inversión en empresas turísticas y en destinos.</p> <p>RE5. Conocer las fuentes de financiación nacionales e internacionales para acometer proyectos e infraestructuras en empresas y destinos turísticos.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>· El proceso de análisis del entorno en turismo.</li> <li>· La organización internacional del movimiento turístico. Organizaciones turísticas internacionales. Políticas turísticas supranacionales.</li> <li>· Entorno turístico y del ocio, situación actual, agentes participantes y tendencias del turismo internacional.</li> <li>· Actualidad y coyuntura turística. Indicadores contables, financieros y económicos en el turismo internacional.</li> <li>· El impacto económico del turismo: empleo, recursos humanos, producción, comercio internacional, balanza de pagos y otros efectos sociales y culturales.</li> <li>· El mercado turístico internacional. Los flujos de turistas en el mundo. Análisis por zonas económicas.</li> <li>· Los determinantes del turismo internacional. Dotaciones de factores, costes comparativos, ventajas absolutas y desarrollo tecnológico.</li> <li>· La oferta y la demanda en los principales subsectores turísticos: alojamiento, transporte aéreo, restauración, comercialización-distribución y complejos de ocio y entretenimiento.</li> <li>· Análisis estructural de los mercados turísticos. Fuerzas determinantes del atractivo del sector turístico. Metaentorno, macroentorno, microentorno y mesoentorno de la empresa turística.</li> </ul>		





- Conceptos de finanzas corporativas para empresas turísticas
- Ratios financieros e inversión en turismo
- Valoración de inversiones en turismo. Proyectos de inversión internacional.
- Elaboración de un plan financiero para explotaciones turísticas
- La financiación internacional de proyectos turísticos. La problemática de los mercados de divisas y la moneda extranjera
- Los fondos de ayuda al desarrollo y los programas internacionales de apoyo al desarrollo turístico
- Gestión del riesgo de transacción y del riesgo operativo de cambio
- Evaluación de la viabilidad de un proyecto turístico

**Bibliografía de referencia**

Camisión, C., Monfort, V. (coords., 2011), *Fundamentos de economía, dirección y estrategias turísticas*. UNED, Madrid.

Eun, C., Resnick, B., Sabherwal, S. (2012), *International Finance*. McGraw-Hill, Nueva York, 6ª ed.

Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J. (2010), *Corporate Finance*. McGraw-Hill, Nueva York, 9ª ed.

Vellas, F., Becherel, L. (2005), *International Tourism*. MacMillan, Londres, 3ª ed.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa
CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.
CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas
CG7 - Aprender la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística
CB7 - 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
CB8 - 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
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CT11 - Capacidad de análisis y síntesis.
CT13 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CT15 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.
CT16 - Capacidad de gestión de la información



CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE01 - Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva		
CE12 - Llevar a cabo investigaciones estratégicas o de marketing sobre un tema en el ámbito del master, teniendo en cuenta la necesidad de síntesis, planteamiento de objetivos, proceso metodológico y aplicación en un contexto internacional, de modo que se sea capaz de realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística.		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafien las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
CE10 - Valorar la situación económico-financiera y el riesgo de la empresa turística, controlar su evolución y extraer del cuadro de mando recomendaciones de estrategias y políticas financieras y operativas que consideren el alcance internacional de las operaciones y cumplan los criterios de rentabilidad, liquidez y seguridad tanto en la selección de proyectos de inversión como de sus fuentes de financiación.		
CE11 - Desarrollar planes de negocio y aplicar una metodología para la creación y planificación de proyectos emprendedores para empresas y destinos turísticos que se dirijan a mercados internacionales		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	102	0
Planteamiento y resolución de problemas mediante trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula. (Actividad Presencial)	50	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición	62	100



de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)		
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Presencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	102	0
Planteamiento y resolución de problemas mediante trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula. (Actividad Semi-Presencial)	50	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Gestión del talento y la innovación en contextos globales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		



<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Capital del capital intelectual y del talento en contextos globales</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
6		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Innovación y mentalidad emprendedora</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
6		



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

**5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

RE1. Conocer la gestión y organización de los recursos humanos en el ámbito turístico, incluyendo las mejores prácticas.

RE2. Adquirir conocimientos sobre los aspectos humanos en el entorno laboral de una empresa turística.

RE3. Conocer las competencias y desempeños de los responsables de gestión de recursos humanos en empresas turísticas.

RE4. Evaluación y valoración de los recursos humanos. Planes de formación en empresas turísticas. Programas de motivación y de satisfacción del capital humano.

RE5. Conocer roles de las personas en las organizaciones turísticas, los procesos que habitualmente desempeñan y los métodos para optimizar su asignación.

RE6. Conocer cómo identificar, capturar y fidelizar a personal con talento para empresas turísticas a nivel global. Programas de incentivos y recompensas. Planes de carrera.

RE7. Gestión del capital humano en empresas turísticas internacionales. Expatriación y repatriación. Planes de carrera en empresas globales.

RE8. Entender la innovación como un proceso sistemático. Saber diferenciar conceptos clave como innovación, creatividad, investigación, desarrollo, proyecto, tipo de innovación, etc.

RE9. Saber definir y estructurar un proyecto de innovación tipo para empresas y destinos turísticos. Conocer las fases o actividades del proceso de Gestión de la Innovación y saber manejar los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

RE10. Saber cómo se puede iniciar un cambio cultural hacia la innovación en una organización turística considerando sus valores y procesos característicos.

RE11. Conectar con el espíritu emprendedor. Características de las personas emprendedoras y los factores de éxito de los equipos fundacionales de una nueva empresa turística.

RE12. Reconocer la idea y la oportunidad de negocio para emprender en negocios turísticos. Conocer los aspectos clave para crear una empresa turística o desarrollar una actividad profesional vinculada a alguno de sus subsectores y cuáles se necesitan en cada caso concreto.

RE13. Reconocer la utilidad de un plan de empresa, su estructura y contenidos, y saber desarrollarlo y conducirlo en el contexto de negocios turísticos globales posicionados en mercados internacionales.

**5.5.1.3 CONTENIDOS**

- Gestión de los recursos humanos como un factor estratégico en las empresas turísticas y de ocio.
- Aspectos del comportamiento humano en las organizaciones internacionales: compromiso organizativo, comunicación, liderazgo, desarrollo de confianza y ética empresarial.
- Desarrollo e internacionalización del área de recursos humanos estratégicos: formación, desarrollo, desempeño y compensación de los recursos humanos internacionales.
- Innovación en el sector turístico. Innovación y política turística.
- Valor de la innovación para el crecimiento económico y la internacionalización turística
- Fuentes de innovación en turismo internacional
- Cómo gestionar proyectos de innovación turística internacionales



- Innovación de productos y procesos en turismo
- Innovación en destinos y redes turísticas
- Mentalidad emprendedora en empresas y destinos turísticos
- Emprendedor turístico 2.0
- Motivación del emprendedor turístico
- Empezar negocios turísticos a nivel internacional

Bibliografía de referencia

Alsos, A., Eide, D., Madsen, E.-L. (2014), *Handbook of research on Innovation in Tourism industries*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Castaño, J.M. (2005), *Psicología social de los viajes y del turismo*. Thomson parainfo, Madrid.

Edwards, T., Rees, C. (2006), *International human resource management*. Prentice-Hall, Homewood.

Harzing, A.W., Pinnnington, A. (2011), *International human resource management*. Sage, Londres.

Interconsulting Bureau (2013), *Manual de turismo para agentes emprendedores de negocio en pymes*. ICB Editores, Madrid.

Martín, I., Gaspar, A.I. (2010), *Administración de los recursos humanos en las empresas turísticas*. Pirámide, Madrid.

OECD (2006), *Innovation and Growth in Tourism*. OCDE, París.

Robbins, S.P., Judge, T.A. (2009), *Comportamiento organizacional*. Pearson, Madrid, 13ª ed.

<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>
CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad
CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB9 - 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
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
CTI2 - Capacidad de organización y planificación
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.



CTI6 - Capacidad de gestión de la información		
CTI7 - Resolución de problemas		
CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS1 - Aprendizaje autónomo		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS3 - Creatividad		
CTS4 - Liderazgo		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE05 - Planificar e implantar los diferentes procesos de gestión de los recursos humanos (análisis, valoración y planificación de los puestos de trabajo, selección y formación del personal, evaluación del rendimiento y gestión de compensaciones), atendiendo a las singularidades de las organizaciones turísticas y teniendo en cuenta el contexto internacional y multicultural en que presta servicios		
CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.		
CE12 - Llevar a cabo investigaciones estratégicas o de marketing sobre un tema en el ámbito del master, teniendo en cuenta la necesidad de síntesis, planteamiento de objetivos, proceso metodológico y aplicación en un contexto internacional, de modo que se sea capaz de realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística.		
CE06 - Construir y difundir una cultura y una ética empresarial que influyan positivamente en la convivencia y la eficacia de la organización turística, y la hagan más flexible para adaptarse a entornos internacionales polivalentes y capaz de colaborar en alianzas y estrategias en red que posibiliten la mejora global de la competitividad del destino turístico.		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo	40	0





para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)		
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Presencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0





<b>5.5 NIVEL 1: ESPECIALIDAD 1: GESTIÓN INTERNACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Dirección estratégica y operaciones en destinos turísticos globales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
<b>NIVEL 3: Análisis estratégico del sector del turismo y el ocio</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		



Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
NIVEL 3: Operaciones y calidad en sectores turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p><b>Resultados de aprendizaje</b></p> <p>RE1. Comprender el concepto de dirección estratégica, sus elementos básicos y su repercusión en la dirección de destinos turísticos</p> <p>RE2. Aprender a establecer la misión, la visión y los objetivos de la organización gestora de un destino turístico</p> <p>RE3. Saber identificar el entorno general y específico del sector turístico, valorar la situación estratégica que el destino ocupa en los mercados internacionales y sus recursos y capacidades. Conocer las herramientas de análisis más apropiadas para cada etapa.</p> <p>RE4. Conocer cómo identificar y analizar la competencia de destinos en los mercados nacionales e internacionales, diagnosticar sus fortalezas y debilidades y extraer de este análisis recomendaciones útiles para su propio posicionamiento estratégico.</p> <p>RE5. Conocer cómo formular e implementar una estrategia competitiva al nivel de un destino turístico y controlar las complejidades de su interacción con las estrategias de los agentes localizados en su seno.</p> <p>RE6. Evaluación de estrategias competitivas de destino alternativas. Consecuencias prácticas en la organización y cultura del destino, procedimientos y planificación.</p> <p>RE7. Conocer la gestión de la calidad para el producto turístico integrado del destino.</p> <p>RE8. Conocer los costes de la no calidad y valorar los beneficios de la gestión de la calidad total para destinos turísticos.</p> <p>RE9. Conocer cómo aplicar la gestión de procesos a la planificación de un destino. Definición de un proceso y sus atributos. Mapa de procesos de una organización.</p> <p>RE10. Conocer la implantación de sistemas de calidad de los servicios y destinos turísticos.</p> <p>RE11. Conocer la gestión de las operaciones en los servicios turísticos y de destinos turísticos.</p> <p>RE12. Saber diagnosticar la situación medioambiental del destino y trazar planes para mejorarla con el apoyo de sistemas de certificación y gestión de la calidad medioambiental.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		



- La evolución de la competencia y la sostenibilidad en el turismo internacional
- El concepto de destino turístico y sus ventajas absolutas y comparativas
- El enlace entre la competitividad del destino y el desempeño
- Un modelo de destino competitivo internacionalmente
- Concepto de estrategia, formulación de estrategias, análisis de la competencia y desarrollo de ventajas competitivas a nivel de destinos turísticos internacionales
- Planificación estratégica del destino turístico.
- Modelos de gestión de destinos turísticos
- La calidad y la gestión de calidad total aplicada al sector turístico
- Gestión de las operaciones de los servicios y destinos turísticos.
- La gestión basada en procesos en turismo

Bibliografía de referencia

Alonso, M., Barcos, L., Martín, J.I. (2006), *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Síntesis, Madrid.

Moutinho, L. (2011), *Strategic management in Tourism*. CABI, Oxford.

Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. (2003), *The competitive destination. A sustainable Tourism perspective*. CABI Publishing, Oxfordshire.

Valls, J.F. (2004), *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Gestión 2000, Barcelona.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

- CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
- CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiéndolo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
- CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad
- CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
- CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
- CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa
- CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales
- CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
- CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
- CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de su competitividad internacional
- CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.
- CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas



CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos
CG7 - Aprender la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística
CB7 - 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
CB8 - 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
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
CTI2 - Capacidad de organización y planificación
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CTI5 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.
CTI6 - Capacidad de gestión de la información
CTI7 - Resolución de problemas
CTI8 - Toma de decisiones
CTP1 - Trabajo en equipo
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
CTP6 - Razonamiento crítico.
CTP7 - Compromiso ético
CTS1 - Aprendizaje autónomo
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones
CTS4 - Liderazgo
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor
CTS7 - Motivación por la calidad
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>
CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.
CE01 - Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva
CE06 - Construir y difundir una cultura y una ética empresarial que influyan positivamente en la convivencia y la eficacia de la organización turística, y la hagan más flexible para adaptarse a entornos internacionales polivalentes y capaz de colaborar en alianzas y estrategias en red que posibiliten la mejora global de la competitividad del destino turístico.
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.
CE09 - Valorar los aspectos clave de la dirección general de una empresa turística, a fin de determinar los objetivos estratégicos, la organización de los recursos y capacidades y las estrategias competitivas y corporativas capaces de crear un posicionamiento en los mercados acordes a las oportunidades y amenazas que se le presentan.



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Preencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Preencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Preencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Preencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Preencial)	36	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA



Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Marketing y comercialización internacional de destinos turísticos</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
<b>NIVEL 3: Comercialización turística internacional y nuevas tecnologías</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>



ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
<b>NIVEL 3: Estrategias de marketing internacional de destinos y productos turísticos</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional de Destinos Turísticos		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p><b>Resultado del aprendizaje:</b></p> <p>RE1. Analizar y conocer los objetivos y las estrategias del marketing aplicados al nivel de destinos turísticos.</p> <p>RE2. Conocer las herramientas del marketing y la comunicación digital y cómo aplicarlas en destinos turísticos</p> <p>RE3. Conocer la comercialización turística actual de productos integrados de un destino en los mercados internacionales.</p> <p>RE4. Conocer el comercio electrónico y la gestión del comercio digital y cómo diseñar e implantar sistemas para mejorar la promoción y comercialización de destinos turísticos basados en ellos.</p> <p>RE5. Conocer las características de los mercados turísticos emisores hacia el destino, cómo analizar el perfil de sus clientes y cómo gestionar la negociación con los canales mayoristas y minoristas en ellos presentes para vender la marca del destino y atraer flujos hacia las empresas en él localizadas.</p>		



**5.5.1.3 CONTENIDOS**

- Creación y organización del destino turístico
- La creación del producto-destino turístico
- El diseño y desarrollo del destino turístico en los mercados internacionales
- Dirección de marketing turístico internacional de lugares y destinos.
- El papel del marketing en la comercialización internacional de destinos turísticos
- Marketing y orientación al mercado de la administración pública de destinos
- Las organizaciones turísticas y su papel en el marketing internacional de destinos
- El proceso de participación y coordinación de los agentes en el marketing internacional de los destinos turísticos
- La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing. Creación de marcas y posicionamiento en mercados internacionales
- El comportamiento del turista en la comercialización internacional de destinos
- Herramientas de marketing y comercio digital. Sistemas de información de destinos turísticos
- La comercialización internacional del sector y los destinos turísticos.
- Distribución comercial electrónica y negocio turístico digital.
- Marketing internacional de ciudades

Bibliografía de referencia

Bigné, E., Font, X., Andreu, L. (2000), *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC Editorial, Madrid.

Dallen, J.T. (2005), *Shopping tourism, retailing and leisure*. Channel View Publications, Toronto.

De Elizagarate, V. (2008), *Marketing de ciudades*. Pirámide, Madrid, 2ª ed.

Ejarque, J. (2005), *Destinos turísticos de éxito*. Pirámide, Madrid.

Femenía, O. (2011), *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*. Universidad de Málaga, Málaga.

Kotler, P., Gertner, D. (2007), *Marketing internacional de lugares y destinos*. Prentice Hall, México

Vellas, F., Bécherel, L. (eds., 2009), *The international marketing of travel and tourism. A strategic approach*. Macmillan, Londres, 6ª ed.

WTO (2014), *Global report on shopping Tourism*. WTO, Madrid.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

- CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
- CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
- CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
- CG14 - Evaluar las estrategias de marketing para la gestión de negocios turísticos en contextos nacionales e internacionales
- CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
- CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación





CB9 - 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		
CB10 - 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.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.		
CTI2 - Capacidad de organización y planificación		
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		
CTI4 - Dominio de una lengua extranjera		
CTI6 - Capacidad de gestión de la información		
CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS3 - Creatividad		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE02 - Aplicar los criterios y métodos cuantitativos y cualitativos para anticipar los rasgos esenciales de la estructura de los mercados, su segmentación y los patrones de comportamiento de los consumidores de turismo y ocio, y utilizar esta información para la toma de decisiones estratégicas y operativas de marketing en contextos nacionales e internacionales		
CE03 - Evaluar y aplicar políticas de producto, comunicación, comercialización y precio que tengan en cuenta el alcance de las operaciones de la empresa y las necesidades de sus mercados-objetivo nacionales e internacionales, y controlar la eficacia de estas acciones y su alineamiento con los objetivos generales y de marketing		
CE04 - Interpretar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y en especial Internet, como ventana de promoción y comercialización turísticas que amplíen el alcance de la empresa a los mercados mundiales y como base para crear contenidos en nuevos modelos de negocio digitales.		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la	40	0



variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)		
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Presencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0



Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: ESPECIALIDAD 2: GESTIÓN HOTELERA Y DE RESTAURACIÓN EN ENTORNOS GLOBALES</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Dirección estratégica y operativa en empresas hoteleras y de restauración en entornos globales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales		
<b>NIVEL 3: Dirección y planificación global de empresas hoteleras y de restauración</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	



No	No
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>	
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales	
<b>NIVEL 3: Operaciones y calidad para empresas internacionales de hotelería y restauración</b>	
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>	
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>
Optativa	6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>	
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>
	6
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>	
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>
Sí	Sí
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>
No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>
No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>
No	No
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>	
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p><b>Resultado del aprendizaje:</b></p> <p>RE1. Comprender el concepto de la planificación, sus elementos básicos y su repercusión en la dirección de las empresas hoteleras y de restauración.</p> <p>RE2. Aprender a establecer los objetivos empresariales, formular e implementar una estrategia de empresa en el ámbito de la hotelería y la restauración.</p> <p>RE3. Identificar el entorno general y específico del sector turístico, valorar la situación estratégica de la empresa que desarrolla negocios dentro del mismo, sus recursos y capacidades. Conocer las herramientas de análisis más apropiadas para cada etapa.</p> <p>RE4. Formulación y evaluación de estrategias. Consecuencias prácticas en la organización y cultura de la empresa, procedimientos y planificación.</p> <p>RE5. Conocer las estrategias de crecimiento aplicables en mercados de hotelería y restauración. Fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas.</p> <p>RE6. Dominar las implicaciones de la internacionalización en el plan estratégico. Selección de mercados de entrada. Mecanismos de captación de mercado internacional. Estrategias competitivas en mercados globales.</p> <p>RE7. Conocer la gestión de las operaciones en las empresas hoteleras y de restauración, y la problemática especial de los procesos y las personas en el sector.</p> <p>RE8. Conocer la gestión de la calidad en el ámbito de las empresas de hotelería y restauración.</p> <p>RE9. Conocer los costes de la no calidad y valorar los beneficios de la gestión de la calidad total en empresas de hotelería y restauración.</p>	
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>	



- Singularidad estratégica de los subsectores de hotelería y restauración (H+R). Rasgos definitorios en el mercado doméstico y a nivel europeo y mundial.
- Análisis y formulación de estrategias de empresa en mercados internacionales en H+R
- Análisis de la competencia en mercados internacionales de H+R
- Desarrollo de ventajas competitivas en H+R
- Definición de misión, visión y metas estratégicas en empresas de H+R
- Planificación estratégica de la empresa hotelera y de restauración.
- Opciones estratégicas. Dinámica competitiva en los segmentos de H+R
- Diseño organizativo y gestión de la cultura para la implementación de la estrategia. Estructuras organizativas para empresas internacionales de H+R
- El cambio estratégico hacia empresas internacionales en H+R
- Gestión de las operaciones en empresas hoteleras y de restauración.
- Gestión de la calidad en empresas hoteleras y de restauración.
- El reto de la gestión estratégica en empresas turísticas familiares
- El crecimiento basado en las capacidades y los activos intangibles
- Formas de crecimiento en H+R: las cadenas hoteleras y de restauración
- Modelos organizativos, expansión y transferencia de conocimiento en cadenas de H+R
- Globalización, ética y responsabilidad social
- Gestión de la calidad en empresas de H+R
- Gestión de operaciones y procesos en H+R

Bibliografía de referencia

Frynas, J.G., Mellahi, K. (2011), *Global Strategic Management*. Oxford University Press, Oxford.

García, D.J. (2004), *La transferencia de conocimiento en la expansión de las cadenas hoteleras*. Editorial centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

Jones, E., Haven-Tang, C. (eds, 2005), *Tourism SMEs, Service Quality and destination competitiveness*. CABI Publishing, Cambridge.

Juliá, M., Porsche, F., Jiménez, V., Verge, X. (2002), *Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración*. Prentice-Hall, Madrid.

Martorell, O. (2002), *Cadenas hoteleras. Análisis del top 10*. Ariel, Barcelona.

Moutinho, L. (2011), *Strategic management in Tourism*. CABI, Oxford.

Peng, M. (2014), *Global strategic management*. Sout-Westerrn CENGAGE Learning, 3ª ed.

Phillips, P.A., Moutinho, L. (1998), *Strategic Planning systems in hospitality and Tourism*. CABI Publishing, Nueva York.

Tribe, J. (2010), *Strategy for Tourism*. Goodfellow Publishers, Oxford

Vellas, F., Bécherel, L. (eds., 2009), *The international marketing of travel and tourism. A strategic approach*. Macmillan, Londres, 6ª ed.

<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>
CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad



CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa
CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales
CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.
CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas
CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos
CG7 - Aprender la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística
CB7 - 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
CB8 - 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
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
CTI2 - Capacidad de organización y planificación
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CTI5 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.
CTI6 - Capacidad de gestión de la información
CTI7 - Resolución de problemas
CTI8 - Toma de decisiones
CTP1 - Trabajo en equipo
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
CTP6 - Razonamiento crítico.
CTP7 - Compromiso ético
CTS1 - Aprendizaje autónomo
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones
CTS4 - Liderazgo
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor



CTS7 - Motivación por la calidad		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.		
CE01 - Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
CE09 - Valorar los aspectos clave de la dirección general de una empresa turística, a fin de determinar los objetivos estratégicos, la organización de los recursos y capacidades y las estrategias competitivas y corporativas capaces de crear un posicionamiento en los mercados acordes a las oportunidades y amenazas que se le presentan.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Preencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Preencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Preencial)	40	0





Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Marketing y comercialización internacional para hotelería y restauración</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>





No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales		
<b>NIVEL 3: Gestión comercial internacional para empresas de hotelería y restauración</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales		
<b>NIVEL 3: Estrategias de marketing internacional y revenue management para empresas de hotelería y restauración</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No



ITALIANO	OTRAS
No	No
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>	
Especialidad en Gestión Hotelera y de Restauración en Entornos Globales	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p><b>Resultado del aprendizaje:</b></p> <p>RE1. Analizar y conocer los objetivos y las estrategias del marketing aplicado a empresas de hotelería y restauración y en un entorno internacional.</p> <p>RE2. Conocer las herramientas del marketing y la comunicación digital para empresas hoteleras y de restauración.</p> <p>RE3. Conocer la comercialización turística actual de productos y marcas turísticas en los mercados internacionales.</p> <p>RE4. Conocer el comercio electrónico y la gestión del comercio digital para empresas de hotelería y restauración.</p> <p>RE5. Conocer la forma y los métodos para fijar precios en empresas de hotelería y restauración.</p> <p>RE6. Conocer los métodos para la investigación de mercados internacionales de hostelería y restauración, su segmentación, la competencia instalada y potencial y cómo posicionarse frente a ella.</p> <p>RE7. Saber procesos y métodos para el desarrollo de nuevos productos de hotelería y restauración, especialmente con proyección internacional.</p>	
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Dirección de marketing hotelero y de restauración. Implicaciones de su alcance internacional</li> <li>· Enfoques del marketing turístico internacional. Su adaptación a empresas de H+R</li> <li>· Mercados y conductas.</li> <li>· Información con base internacional. Investigación y sistemas de información global. Herramientas de marketing y comercio digital. Distribución comercial electrónica y negocio digital.</li> <li>· La comercialización del producto hotelero y de restauración en mercados internacionales</li> <li>· La influencia de la cultura y la gestión de las diferencias culturales en el marketing internacional de H+R</li> <li>· Mercados objetivo: selección y evaluación de mercados-meta, evaluación de riesgos, portafolios internacionales por países. Segmentación de mercados internacionales de H+R</li> <li>· Estrategias de entrada en mercados internacionales de H+R</li> <li>· Marketing-mix internacional para empresas de H+R</li> <li>· La promoción de la marca en el mercado internacional</li> <li>· Fijación de precios a escala internacional</li> <li>· Estrategias internacionales de comunicación y promoción</li> <li>· Problemas operativos de gestión de ventas en mercados internacionales. Logística y distribución en empresas de H+R</li> </ul> <p><u>Bibliografía de referencia</u></p> <p>Frynas, J.G., Mellahi, K. (2011), <i>Global Strategic Management</i>. Oxford University Press, Oxford.</p> <p>Hollensen, S. (2014), <i>Global marketing</i>. Prentice Hall, Londres, 6ª ed.</p> <p>Keegan, W., Green, M.C. (2014), <i>Global marketing</i>. Prentice Hall, Nueva York, 8ª ed.</p> <p>Moutinho, L. (2011), <i>Strategic management in Tourism</i>. CABI, Oxford.</p> <p>Tribe, J. (2010), <i>Strategy for Tourism</i>. Goodfellow Publishers, Oxford</p> <p>Vellas, F., Bécherel, L. (eds., 2009), <i>The international marketing of travel and tourism. A strategic approach</i>. Macmillan, Londres, 6ª ed.</p>	
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>	



<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>
CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
CG14 - Evaluar las estrategias de marketing para la gestión de negocios turísticos en contextos nacionales e internacionales
CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB10 - 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.
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
CTI2 - Capacidad de organización y planificación
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
CTI4 - Dominio de una lengua extranjera
CTI6 - Capacidad de gestión de la información
CTI8 - Toma de decisiones
CTP1 - Trabajo en equipo
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
CTP6 - Razonamiento crítico.
CTP7 - Compromiso ético
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones
CTS3 - Creatividad
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>
CE02 - Aplicar los criterios y métodos cuantitativos y cualitativos para anticipar los rasgos esenciales de la estructura de los mercados, su segmentación y los patrones de comportamiento de los consumidores de turismo y ocio, y utilizar esta información para la toma de decisiones estratégicas y operativas de marketing en contextos nacionales e internacionales
CE03 - Evaluar y aplicar políticas de producto, comunicación, comercialización y precio que tengan en cuenta el alcance de las operaciones de la empresa y las necesidades de sus mercados-objetivo nacionales e internacionales, y controlar la eficacia de estas acciones y su alineamiento con los objetivos generales y de marketing
CE04 - Interpretar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y en especial Internet, como ventana de promoción y comercialización turísticas que amplíen el alcance de la empresa a los mercados mundiales y como base para crear contenidos en nuevos modelos de negocio digitales.



CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Presencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		



Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: TRABAJO DE FIN DE MÁSTER</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: TRABAJO DE FIN DE MÁSTER</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Trabajo Fin de Grado / Máster	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
Resultados de aprendizaje:		



El trabajo de fin de máster se configura como un plan de empresa o actividad turística, en función de la elección del estudiante en materia de especialidad. Del trabajo de fin de máster se debe deducir la suficiente y correcta asimilación de todos los contenidos del programa.

El trabajo será tutorizado y guiado por un profesor que se encargará de que, a su finalización, se consigan las competencias y habilidades necesarias para su eventual implementación práctica.

**5.5.1.3 CONTENIDOS**

Plan de viabilidad de un negocio o servicio turístico, hotelero o de restauración.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.

CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico

CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad

CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.

CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación

CG14 - Evaluar las estrategias de marketing para la gestión de negocios turísticos en contextos nacionales e internacionales

CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa

CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales

CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio

CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional

CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional

CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.

CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas

CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos

CG7 - Aprender la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial

CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - 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

CB8 - 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

CB9 - 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



CB10 - 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.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.		
CTI2 - Capacidad de organización y planificación		
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		
CTI4 - Dominio de una lengua extranjera		
CTI5 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.		
CTI6 - Capacidad de gestión de la información		
CTI7 - Resolución de problemas		
CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS1 - Aprendizaje autónomo		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS3 - Creatividad		
CTS4 - Liderazgo		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor		
CTS7 - Motivación por la calidad		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE12 - Llevar a cabo investigaciones estratégicas o de marketing sobre un tema en el ámbito del master, teniendo en cuenta la necesidad de síntesis, planteamiento de objetivos, proceso metodológico y aplicación en un contexto internacional, de modo que se sea capaz de realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística.		
CETF1 - Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos al desarrollo de un plan de negocio para la creación de una empresa internacional del sector de hotelería o de restauración; o al desarrollo de un proyecto de mejora de la gestión de procesos, operaciones, recursos o personas en una empresa real de hotelería o de restauración.		
CETF2 - Adquirir la capacidad de planificar y llevar a la práctica una investigación en el ámbito académico sobre temas clave para la competitividad, rentabilidad, supervivencia o crecimiento de un destino turístico o una empresa de hotelería / restauración, aprendiendo a identificar fuentes de información, los métodos para explotarla y cómo extraer conclusiones y recomendaciones de valor.		
CETF3 - Adquirir la capacidad de elaborar y transmitir ideas, proyectos, informes y propuestas dentro de equipos y en empresas del sector turístico o en organizaciones de promoción y apoyo a destinos turísticos, dominando las peculiaridades de esta actividad en cuanto a cultura, recursos, expectativas y estrategias de los agentes clave en el mismo.		
CETF4 - Aplicar técnicas de trabajo intelectual y de gestión del tiempo personal que encajen y sean consistentes con las prácticas de trabajo en el sector turístico; así como los métodos de búsqueda y gestión de información relevante conociendo para ello el mapa de conocimiento del sector y cómo acceder a él, incluyendo el uso avanzado de nuevas tecnologías y métodos de inteligencia competitiva.		
CE11 - Desarrollar planes de negocio y aplicar una metodología para la creación y planificación de proyectos emprendedores para empresas y destinos turísticos que se dirijan a mercados internacionales		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>





Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	264	0
Tutorías. (Actividad Presencial)	36	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	264	0
Tutorías. (Actividad Semi-Presencial)	36	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Aprendizaje basado en problemas/proyectos. Realización de trabajos individuales o en grupo para desarrollar proyectos de creación de empresa o de investigación en el que es necesario una coordinación del trabajo y una división de las tareas entre los miembros del equipo, así como una presentación final.		
Tutorías presenciales. Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos.		
Trabajo de fin de máster. El TFM puede realizarse en grupo, siempre y cuando los equipos estén conformados por un máximo de tres estudiantes. Un tutor no puede tutorizar más de cinco grupos. La normativa del TFM asegura que tanto el seguimiento por parte del tutor, que deberá emitir un dictamen separado para cada alumno, como la evaluación, por parte del tribunal ante el que se defenderá el TFM, son de carácter individual y autónomo. Toda la información relativa al sistema de evaluación está contenida en la Normativa del Trabajo de Fin de Máster (Másteres Universitarios):		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	20.0	40.0
Seguimiento del proyecto Valoración individual del tutor del trabajo realizado por el alumno.	20.0	40.0
Memoria escrita Evaluación del documento final del trabajo de fin de máster.	40.0	60.0
<b>5.5 NIVEL 1: ESPECIALIDAD 3: GESTIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO DE EVENTOS Y NEGOCIOS</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Gestión de empresas de organización de eventos y turismo de negocios en entornos globales</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>





ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
<b>NIVEL 3: Dirección estratégica de empresas de eventos y turismo de negocios</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
<b>NIVEL 3: Organización de eventos y empresas de turismo de negocios: operaciones, logística y calidad</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>RE1. Identificar el entorno general y específico del turismo MICE (meetings, incentives, conferencing y exhibitions), dentro de la industria turística</p> <p>RE2. Comprender el concepto de la gestión, la organización y la planificación, sus elementos básicos y su repercusión en la dirección de empresas en entornos MICE, dominando la problemática singular de organizaciones como palacios de congresos y convenciones, ferias y otras de promoción comercial.</p> <p>RE3. Aprender a establecer los objetivos empresariales, formular e implementar una estrategia de empresa en el ámbito de eventos culturales, artísticos y de turismo de negocios.</p> <p>RE4. Valorar la situación estratégica de la empresa que desarrolla negocios dentro del MICE, sus recursos y capacidades. Conocer las herramientas de análisis más apropiadas para cada etapa.</p> <p>RE5. Aprender a diseñar, planificar y gestionar eventos al servicio de políticas culturales, patrimoniales o artísticas.</p> <p>RE6. Conocer la problemática especial de los procesos y las personas en el sector, y dominar las herramientas para la planificación y organización de eventos así como los flujos logísticos en empresas especializadas y dentro de organizaciones de mayor alcance (como hoteles) con departamentos especializados en congresos, convenciones y conferencias.</p> <p>RE7. Conocer la gestión de la calidad en el ámbito de las empresas de eventos y turismo de negocios.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El turismo de negocios, reuniones y eventos en el contexto de la estrategia. El mercado MICE (meetings, incentives, conferencing y exhibitions) dentro de la industria turística Rasgos definitorios en el mercado doméstico y a nivel europeo y mundial.</li> <li>• La importancia del turismo de eventos y negocios en destinos turísticos vacaciones tradicionales y en destinos urbanos.</li> <li>• Análisis y formulación de estrategias para captar reuniones y eventos de negocio en los mercados internacionales.</li> <li>• Oportunidades de negocio en el turismo de negocios, reuniones y eventos</li> <li>• Estrategias globales en el turismo MICE. Análisis de la competencia en mercados internacionales.</li> <li>• Desarrollo de ventajas competitivas la organización de eventos y el turismo de negocios</li> <li>• Definición de misión, visión y metas estratégicas en empresas de turismo de negocios.</li> <li>• Planificación estratégica de la empresa de eventos, reuniones y turismo de negocios.</li> <li>• Opciones estratégicas. Dinámica competitiva en la industria MICE</li> <li>• Diseño organizativo y gestión de la cultura para la implementación de la estrategia. Estructuras organizativas para empresas internacionales de eventos, reuniones y turismo de negocios</li> <li>• Gestión y organización de congresos.</li> <li>• Gestión de operaciones y procesos en eventos. Arquitectura del acto y técnicas de organización.</li> <li>• La creatividad en los eventos.</li> <li>• Gestión de la calidad en empresas de MICE.</li> </ul> <p><u>Bibliografía de referencia</u></p> <p>Abreu, J. (2009), <i>La industria de las reuniones: el solomillo del turismo</i>. Fundación para la Promoción del Turismo de Negocios, Madrid.</p> <p>Allen, J. (2008), <i>Event Planning: the ultimate guide to successful meetings, corporate events, fundraising galas, conferences. Conventions, incentives and other special eventz</i>. John Wiley, Nueva York, 2ª ed.</p> <p>Barriga, A. (2014), <i>La creatividad en los eventos</i>. Editorial Protocolo, Oviedo.</p> <p>Cabero, L.C. (2012), <i>Organización de reuniones y eventos</i>. Paraninfo, Madrid.</p> <p>Carrasco, S. (2013), <i>Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo</i>. Paraninfo, Madrid.</p> <p>Correas, G. (2004), <i>La empresa y su protocolo. El procedimiento de calidad en la organización de sus actos</i>. Editorial Protocolo, Oviedo.</p> <p>Cuadrado, C. (2015), <i>El ABC en la organización de eventos</i>. Fundación Confemetal, Madrid.</p>		



Fenich, G.G. (2012), *Meetings, expositions, events and conventions: an introduction to the industry*. Prentice-Hall, 3ª ed.

Fuente, C. (2014), *Manual práctico para organización de eventos. Técnicas de organización de actos*. Editorial Protocolo, Oviedo.

Goldblatt, J.J., Nelson, K.S. (2001), *The international dictionary of event management*. John Wiley & Sons, Nueva York.

Herrero, P. (2005), *Gestión y organización de congresos*. Editorial Síntesis, Madrid.

Kilkenny, S. (2006), *The complete guide to successful event planning*. Atlantic Publications Group, Ocala FLA.

López, D. (coord., 2008), *Turismo de negocios y reuniones. Convenciones, congresos e incentivos*. Editorial Titant lo Blanch, Valencia.

Nardone, A. (2014), *El ABC del turismo de reuniones y eventos*. USMP Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres, Lima.

Puchalt, J. (2001), *Las ferias comerciales como instrumento de marketing al servicio de las empresas. Una aplicación a Feria Valencia*. Universitat de València, Valencia.

Puig, A. (2006), *Los nuevos negocios turísticos*. Valletta Ediciones, Buenos Aires.

Ramírez, E.A. (2006), *Turismo de negocios / Business Tourism*. Editorial Trillas, México.

Wallace, E., Mathai, M., Heath, A., McCann, D. (2008), *The convention industry council manual*. Convention Industry Council, Washington.

Yarto, E. (2007), *Turismo de reuniones (convenciones, incentivos, congresos y exposiciones)*. Trillas, México.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

Competencias específicas de la materia:

CE3-1. Capacidad de evaluar la naturaleza, comportamiento y desempeño de las empresas de eventos y turismo de negocios en un entorno global, analizando críticamente la posición estratégica frente a la competencia.

CE3-2. Desarrollar conocimiento para el diseño y la implementación efectivas de estrategias competitivas y corporativas que valoricen los recursos y capacidades de la empresa de eventos y turismo de negocios y la doten de una diferenciación que conceda ventajas competitivas

CE3-6. Conocer y aplicar las políticas de gestión de procesos y operaciones en empresas de eventos y turismo de negocios, cómo integrarlas con los planes de calidad y la forma de conducir proyectos de certificación, aseguramiento y mejora de la calidad en base a los estándares y prácticas excelentes en este mercado.

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

- CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.
- CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico
- CG11 - Liderar, trabajar y gestionar eficazmente equipos multidisciplinares y en situaciones de diversidad y multiculturalidad
- CG12 - Analizar y valorar diferentes alternativas en la solución de problemas de la organización, de responder y gestionar los cambios.
- CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación
- CG15 - Analizar la información económico-financiera característica de la explotación turística y los procesos mediante los que se elabora y evalúa
- CG16 - Evaluar y aplicar los conceptos, estructuras y técnicas de dirección estratégica de organizaciones y destinos turísticos en contextos internacionales
- CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio
- CG2 - Analizar la complejidad de la gestión internacional de empresas turísticas y comprender los factores claves de éxito y de creación de valor en la competencia internacional
- CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional
- CG4 - Cambiar y adaptarse a la evolución de las tecnologías, el mercado y el medio en que está inserta la empresa, incluyendo aplicaciones relativas a nuevas tecnologías de información.
- CG5 - Evaluar distintas aproximaciones conceptuales y teóricas a los problemas de gestión en turismo dentro de un contexto global, utilizando con destreza métodos, técnicas y herramientas



CG6 - Gestionar la toma de decisiones en situaciones de complejidad internacional y de sopesar sus consecuencias para conseguir apoyos y minimizar resistencias y conflictos		
CG7 - Apreciar la dimensión internacional de los negocios turísticos y las formas en que impactarán sobre ellos la globalización y el comercio internacional, entre otras fuerzas que cambiarán la dinámica competitiva sectorial		
CG8 - Diseñar estrategias y políticas empresariales innovadoras, que sean coherentes con la misión y visión de la organización así como con los recursos y capacidades con que cuenta, teniendo en cuenta las especificidades de la industria turística		
CB7 - 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		
CB8 - 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		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.		
CTI2 - Capacidad de organización y planificación		
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		
CTI5 - Dominio de la informática relativos al ámbito de estudio.		
CTI6 - Capacidad de gestión de la información		
CTI7 - Resolución de problemas		
CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS1 - Aprendizaje autónomo		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS4 - Liderazgo		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
CTS6 - Iniciativa y espíritu emprendedor		
CTS7 - Motivación por la calidad		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE07 - Desarrollar capacidades de liderazgo y gestión de personas y equipos de composición plural e internacional, que estimulen la implicación y el compromiso de sus miembros y garanticen la prestación del servicio de acuerdo con la política de calidad establecida.		
CE01 - Localizar las magnitudes micro y macro-económicas, políticas, sociales, culturales y tecnológicas y analizar esta información, para evaluar el impacto de las políticas y la coyuntura sectoriales y generales sobre las decisiones de las organizaciones turísticas, utilizando herramientas estadísticas, prospectivas y de inteligencia competitiva		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
CE09 - Valorar los aspectos clave de la dirección general de una empresa turística, a fin de determinar los objetivos estratégicos, la organización de los recursos y capacidades y las estrategias competitivas y corporativas capaces de crear un posicionamiento en los mercados acordes a las oportunidades y amenazas que se le presentan.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>



Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)	80	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Presencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Presencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Presencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Presencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o	0.0	10.0



respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.		
Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: Marketing internacional y Protocolo de Eventos y Turismo de Negocios</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE ESPECIALIDADES</b>		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
<b>NIVEL 3: Marketing internacional y gestión de experiencias para empresas de eventos y turismo de negocios</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
NIVEL 3: Protocolo oficial y de empresa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Gestión Internacional del Turismo de Eventos y Negocios		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>RE1. Analizar y conocer los objetivos y las estrategias del marketing aplicado a la organización de eventos y a empresas de turismo de negocios en un entorno internacional.</p> <p>RE2. Conocer el valor dentro de la estrategia comercial de herramientas de comunicación como el patrocinio y el liderazgo para empresas de organización de eventos y turismo de negocios, controlando cómo construir proyectos rentables desde el punto de la visibilidad y del retorno de la inversión.</p> <p>RE3. Conocer la comercialización turística actual de productos y marcas turísticas en los mercados internacionales de turismo de negocios y grandes eventos.</p> <p>RE4. Conocer el comercio electrónico y la gestión digital de la organización, la comunicación y la comercialización para empresas de eventos y turismo de negocios.</p> <p>RE5. Conocer los métodos para la investigación de mercados internacionales de turismo de negocios, su segmentación, la competencia instalada y potencial y cómo posicionarse frente a ella.</p> <p>RE6. Saber procesos y métodos para el desarrollo de nuevos productos de turismo de negocios, especialmente con proyección internacional.</p> <p>RE7. Saber el valor del protocolo como herramienta de relaciones públicas y de posicionamiento en redes.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		





- Marketing de eventos y para la industria MICE
- Estrategias de marketing ferial
- Los Convention Bureau y su importancia en el turismo de reuniones. El papel de la OPC en la gestión de congresos
- Marketing de los destinos turísticos de congresos y reuniones
- La comercialización de encuentros., Conferencias, reuniones, exposiciones y otros eventos en mercados internacionales
- Mercados objetivo: selección y evaluación de mercados-meta, evaluación de riesgos, portafolios internacionales por países. Segmentación de mercados internacionales.
- Estrategias de entrada en mercados internacionales de H+R
- Marketing-mix internacional para empresas MICE
- La promoción de la marca en el mercado internacional
- Fijación de precios a escala internacional
- Estrategias internacionales de comunicación y promoción de eventos y reuniones de negocio
- Diseño creativo de materiales y soportes para el evento
- Aproximación al estudio de la demanda del producto turístico de reuniones y eventos profesionales
- Internet como herramienta de transmisión de la identidad de los destinos en el mercado MICE. Estrategias de marketing electrónico de eventos
- Financiando el programa de marketing del evento
- La gestión de la relación con el esponsor. Esponsorización de eventos y otras reuniones

**Bibliografía de referencia**

Allen, J. (2004), *Marketing your event Planning business: a creative approach to gaining the competitive edge*. Wiley, Nueva York.

Barquero, J.D, Fernández, C. (2004), *El libro azul del protocolo y las relaciones públicas*. McGraw-Hill, México.

Cabero, L.C. (2012), *Gestión de protocolo*. Paraninfo, Madrid.

Cabero, L.C. (2013), *Protocolo en hostelería y restauración*. Paraninfo, Madrid.

Campos, G. (2013), *Producción de eventos. La puesta en escena del protocolo*. Editorial Protocolo, Oviedo.

Cuadrado, C. (2007), *Protocolo en las relaciones internacionales de la empresa y los negocios*. Fundación Confemetal, Madrid.

Davidson, R., Rogers, T. (2012), *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events*. Routledge, Londres.

Fuente, C. (2013), *Protocolo oficial. Las instituciones españolas del Estado y su ceremonial*. Editorial Protocolo, Oviedo.

Herrero, J.C., Fuente, J.L. (2014), *La comunicación en el protocolo. El tratamiento de los medios en la organización de actos*. Editorial Protocolo, Oviedo.

Herrero, J.C., Fuente, J.L. (2014), *La comunicación en el protocolo. Las redes sociales, internet y los medios tradicionales en la organización de actos*. Editorial Protocolo, Oviedo, 2ª ed.

Hoyle, L.H. (2002), *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*. Wiley, Nueva York.

López-Nieto, F. (2003), *Manual de protocolo*. Ariel, Barcelona, 5ª ed.

Mesalles, L. (2003), *Eventos, reuniones y banquetes. Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad*. Laertes, Barcelona.

Navarro, F. (2001), *Estrategias de marketing ferial*. ESIC Editorial, Madrid.

Nurkanovic, M. (2015), *La organización de congresos y su protocolo*. Editorial Protocolo, Oviedo.

Preston, C.A. (2012), *Event marketing. How to successfully promote events, festivals, conventions and expositions*. Wiley, Nueva York, 2ª ed.

Saget, A. (2012), *The event marketing habdbook: beyond logistics & Planning*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

Competencias específicas de la materia:

CE3-3. Capacidad de elaborar e implantar planes de marketing que respondan a la imagen de marca de la empresa de turismo y negocios y sean consistentes con el producto ofertado

CE3-4. Saber trazar e implantar planes de comercialización del producto de la empresa de eventos y turismo de negocios en base a los canales tradicionales en el sector y a los nuevos canales virtuales, siendo especialmente competentes al trabajar con las redes sociales e internet.

CE3-5.Saber planificar y usar técnicas de protocolo sea para la organización de eventos privados o de carácter oficial.

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG9 - Identificar y analizar información compleja, limitada e incierta, a fin de localizar amenazas, oportunidades y cualquier cambio en el entorno competitivo de la empresa. el destino o la industria turística, y orientar la estrategia en función de los posibles escenarios futuros.





CG10 - Reconocer los riesgos a los que está expuesta la organización en un contexto internacional, entendiendo y adaptándose a las particularidades culturales de cada mercado turístico		
CG13 - Aplicar los conocimientos adquiridos a una realidad empresarial concreta con creatividad e innovación		
CG14 - Evaluar las estrategias de marketing para la gestión de negocios turísticos en contextos nacionales e internacionales		
CG1 - Identificar las áreas funcionales de la organización turística y sus interrelaciones, profundizando en cómo debe adaptarse el diseño organizativo y la configuración de los procesos al alcance internacional del negocio		
CG3 - Analizar la complejidad de la gestión internacional y del posicionamiento estratégico de destinos turísticos y comprender los factores claves de de su competitividad internacional		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB9 - 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		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CTI1 - Capacidad de análisis y síntesis.		
CTI2 - Capacidad de organización y planificación		
CTI3 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		
CTI4 - Dominio de una lengua extranjera		
CTI6 - Capacidad de gestión de la información		
CTI8 - Toma de decisiones		
CTP1 - Trabajo en equipo		
CTP2 - Trabajo en equipo con carácter interdisciplinar		
CTP3 - Trabajo en un contexto internacional		
CTP4 - Habilidades en las relaciones interpersonales		
CTP5 - Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad		
CTP6 - Razonamiento crítico.		
CTP7 - Compromiso ético		
CTS2 - Adaptación a nuevas situaciones		
CTS3 - Creatividad		
CTS5 - Conocimiento de otras culturas y costumbres.		
CTS8 - Sensibilidad hacia los temas medioambientales		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE02 - Aplicar los criterios y métodos cuantitativos y cualitativos para anticipar los rasgos esenciales de la estructura de los mercados, su segmentación y los patrones de comportamiento de los consumidores de turismo y ocio, y utilizar esta información para la toma de decisiones estratégicas y operativas de marketing en contextos nacionales e internacionales		
CE03 - Evaluar y aplicar políticas de producto, comunicación, comercialización y precio que tengan en cuenta el alcance de las operaciones de la empresa y las necesidades de sus mercados-objetivo nacionales e internacionales, y controlar la eficacia de estas acciones y su alineamiento con los objetivos generales y de marketing		
CE04 - Interpretar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, y en especial Internet, como ventana de promoción y comercialización turísticas que amplíen el alcance de la empresa a los mercados mundiales y como base para crear contenidos en nuevos modelos de negocio digitales.		
CE08 - Desarrollar la capacidad para imaginar las tendencias de futuro que el sector empieza a vislumbrar, así como la competencia de destinos y competidores emergentes para diseñar e implantar procesos de cambio en consecuencia que desafíen las lógicas preestablecidas e incentiven la innovación, la mejora continua y la creatividad.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con	80	100



casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Presencial)		
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Presencial)	28	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Presencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Presencial)	152	0
Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos.(Actividad Semi-Preencial)	62	100
Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo.(Actividad Semi-Preencial)	10	100
Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.(Actividad Semi-Preencial)	40	0
Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes. (Actividad Semi-Preencial)	152	0
Actividad guiada no presencial (Actividad Semi-Preencial)	36	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos conceptos		
Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos.		
Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.		
Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	0.0	10.0



Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	50.0	80.0
Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	20.0	30.0
Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.	0.0	10.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Lleida	Profesor Contratado Doctor	85.7	100	92,8
Universidad de Lleida	Profesor Colaborador o Colaborador Diplomado	9.5	0	3,1
Universidad de Lleida	Profesor colaborador Licenciado	4.8	0	4,2
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
95	5	90
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>El Consejo de Gobierno de la Universidad de Lleida (UdL) de 8 de julio de 2004 aprobó la creación, dentro del organigrama de los Centros, de la figura de Coordinador de titulación que asume las competencias organizativas del equipo de dirección, en el ámbito de una titulación determinada. El 29 de enero de 2009, el Consejo de Gobierno aprueba la regulación de la figura de coordinador de programa formativo, que amplía las funciones del coordinador.</p> <p>Las funciones del /de la Coordinador/a de programa formativo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar el proceso formativo</li> <li>• Velar por la aplicación del programa formativo aprobado por el Consejo de Gobierno y por los organismos de la administración educativa.</li> <li>• Proponer la planificación anual de la docencia a la comisión de estudios del centro, de acuerdo con el jefe de estudios.</li> <li>• Coordinar al profesorado implicado en el programa a través de los medios mas adecuados y velar por la correcta utilización de la Tabla de Planificación Docente de las asignaturas por parte de todo el profesorado del programa</li> <li>• Gestionar las quejas y sugerencias de los estudiantes recogidas a través de los mecanismos de los que dispone la universidad.</li> <li>• Velar por el mantenimiento de la página web de la titulación. Esta contendrá toda la información referente al programa y sus resultados, según los protocolos de calidad.</li> <li>• Velar por la ejecución del plan de acción tutorial.</li> <li>• Velar por un correcto desarrollo del prácticum, de sus objetivos y evaluación.</li> <li>• Velar por el correcto desarrollo y evaluación de los proyectos de final de titulación.</li> <li>• Seguir los resultados del proceso formativo y proponer acciones para su mejora</li> <li>• Valorar la evolución de los indicadores estratégicos del título.</li> <li>• Valorar el rendimiento académico de los estudiantes y analizar las posibles causas en los casos de bajo rendimiento.</li> <li>• Valorar los resultados de las encuestas a los agentes implicados en el programa.</li> <li>• Velar para que los procedimientos formativos y evaluables aseguren la adquisición y la evaluación de las competencias.</li> <li>• Proponer las acciones de mejora que se consideren necesarias.</li> <li>• Gestionar los recursos asignados a la titulación</li> <li>• Valorar la adecuación de los recursos disponibles para el programa.</li> <li>• Elevar al órgano responsable las necesidades de recursos identificadas (infraestructuras, servicios, espacios, necesidades docentes especiales, ¿).</li> <li>• Informar sobre la adecuación de los servicios ofrecidos a los estudiantes a las necesidades planteadas por el programa formativo (biblioteca, salas de informática, recursos específicos, ¿).</li> </ul>		



Anualmente, el Coordinador de programa formativo elabora un informe en el que se analizan los resultados obtenidos a lo largo del curso académico. En este informe, dirigido al Vicerrectorado de Calidad y Planificación, se revisan las tasas de éxito y de rendimiento, la evolución de la matrícula y la progresión de las cohortes (tasas de graduación y de abandono). Asimismo se revisan los resultados de la satisfacción de los estudiantes respecto a la actuación docente del profesorado y se plantean las propuestas de mejora que se consideran necesarias, (Procedimiento PG03 *Revisar y mejorar los programas formativos*)

Junto con este procedimiento general para el seguimiento y valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, con la definición de los nuevos perfiles profesionales, cada titulación definirá la pertinencia de establecer pruebas específicas en las que se evalúen el nivel de adquisición de las competencias y habilidades de los estudiantes.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="http://www.ostelea.com/es/sistema-garantia-interna-calidad">http://www.ostelea.com/es/sistema-garantia-interna-calidad</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
CURSO DE INICIO	2015
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
No aplicable.	
<b>10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN</b>	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO