

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Dirección de Empresas Turísticas por la Universidad de Barcelona	No		Ver anexos. Apartado 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online				
Especialidad en Dirección de Eventos				
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Viajes, turismo y ocio	Administración y gestión de empresas	
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU)				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad de Barcelona				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
004	Universidad de Barcelona			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
27	18	15
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online	21.0	
Especialidad en Dirección de Eventos	21.0	
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad	21.0	

1.3. Universidad de Barcelona

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
08070301	Escuela de Hostelería y Turismo-CETT (BARCELONA)

1.3.2. Escuela de Hostelería y Turismo-CETT (BARCELONA)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
Si	Si	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		

PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN		SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
180		200	
TIEMPO COMPLETO			
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA		ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	49.0	60.0	
RESTO DE AÑOS	49.0	60.0	
TIEMPO PARCIAL			
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA		ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	20.0	48.0	
RESTO DE AÑOS	20.0	48.0	
NORMAS DE PERMANENCIA			
http://www.ub.edu/acad/noracad/permanencia.pdf			
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE			
CASTELLANO		CATALÁN	EUSKERA
Si		Si	No
GALLEGO		VALENCIANO	INGLÉS
No		No	Si
FRANCÉS		ALEMÁN	PORTUGUÉS
No		No	No
ITALIANO		OTRAS	
No		No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver anexos, apartado 2.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
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.
GENERALES
CG1 - Orientarse al negocio
CG2 - Ejercer el liderazgo
CG3 - Capacidad de organización y planificación
CG4 - Trabajar en equipo
CG5 - Empezar proyectos innovadores y creativos
CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización
CG7 - Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa
CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.
CE3 - Incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización que fortalezcan la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas
CE4 - Optimizar la gestión de los recursos económico-financieros y humanos de los proyectos turísticos emprendidos
CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.
CE6 - Establecer estrategias de desarrollo sostenible en las empresas y las destinaciones turísticas, con la incorporación de las variables ambientales.
CE7 - Planificar, coordinar y controlar los procesos organizativos y de servicio en todas las áreas de un evento
CE8 - Desarrollar un proceso efectivo de negociación con los proveedores
CE9 - Aplicar el marco político, legal y institucional que regula las empresas y las actividades y proyectos turísticos.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO
Ver anexos. Apartado 3.
4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN
<p>Para el acceso a la titulación del Máster en Dirección Estratégica de Empresas Turísticas y como establece la normativa vigente, es necesario 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.</p> <p>También podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior previa comprobación de que aquéllos 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 posgrado.</p> <p>El acceso por esta vía no implica la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado.</p> <p>Las titulaciones que se consideran afines con los objetivos perseguidos, y que se vinculan directamente en el acceso a esta propuesta de titulación son las siguientes (sin excluir otras titulaciones que se complementen con experiencia profesional):</p>

- Diplomatura en Turismo o el correspondiente título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas
- Grado en Turismo
- Diplomatura en Ciencias Empresariales
- Licenciatura/grado en Economía
- Licenciatura/ grado en Administración y Dirección de Empresas
- Licenciatura/grado en Geografía
- Licenciatura/grado en Humanidades
- Licenciatura/grado en Investigación y Técnicas de Mercado
- Licenciado/grado en RRPP y comunicación y similares

Es importante resaltar que el estudiante procedente de una Diplomatura es informado de que la ley vigente determina que los alumnos con una titulación de estas características, no pueden acceder a cursar un programa de Doctorado con un único máster de 60 créditos y que deberán complementar su formación con 60 créditos complementarios o bien cursar otro máster. Cualquier Grado vinculado con las ramas de conocimiento de las ciencias sociales y humanidades, especialmente los derivados de las anteriores diplomaturas y licenciaturas en la adaptación a EEES. Muy excepcionalmente se podrá inscribir también un licenciado o graduado en otras áreas, que pueda aportar un currículum académico o profesional que aconseje la realización de este máster y así lo resuelva la Comisión de Admisión, conformada por la Dirección de la EUHT CETT-UB, la Coordinación de Másteres Universitarios y el Jefe de Estudios del Máster correspondiente.

4.2.2. Organos de Admisión

Las "Normas reguladoras de los criterios de programación, de los planes de estudios y de la organización de los másteres universitarios de la Universitat de Barcelona", aprobadas por Consejo de Gobierno de 5 de octubre de 2011 y publicadas en la URL http://www.giga.ub.edu/acad/comaoff/fixers/PE_master.pdf, en su artículo 20 determinan que:

3. La Comisión de Coordinación del máster universitario tiene la composición mínima siguiente:

- El coordinador o coordinadora del máster universitario, que ejerce las funciones de presidencia de la Comisión.
- Una representación del profesorado de los departamentos que imparten como mínimo un 20 % de la docencia del máster

4. Las funciones de la Comisión de Coordinación son, entre otras, las siguientes:

- Proponer la oferta de asignaturas de cada curso académico a la Comisión Académica del Centro para que las aprueba, velando por la interrelación entre las materias y las asignaturas del título.
- Aprobar el pla docente y el encargo docente propuesto por los departamentos y elevarlos a la CAC para que de su visto bueno.
- Resolver las solicitudes de reconocimiento de los estudiantes.
- Llevar a cabo la selección y la admisión de los estudiantes.
- Coordinar con el centro la información pública del máster.
- Coordinar la elaboración del informe de seguimiento anual del máster y elevarlo a los órganos competentes del centro para que lo apruebe

El alumno que, una vez informado, se decide a hacer la admisión, debe seguir el siguiente proceso:

Solicitud de admisión a través de la página web de la EUHT CETT-UB: A través de un formulario creado a tal efecto donde se recogen los datos básicos del alumno solicitante, así como la documentación básica para ser (o no) admitido: currículo vital y titulación, información que será validada en primera instancia por la Comisión de Admisión.

Prueba diagnóstica: El proceso de admisión al curso establece el desarrollo de una prueba diagnóstica, a fin de validar el conocimiento de la lengua principal utilizada en el máster. El número de estudiantes extranjeros provenientes de países de habla no castellana se ha ido incrementando en los últimos años. Para el correcto seguimiento de las clases es imprescindible el conocimiento del castellano a un cierto nivel de comprensión y expresión oral y escrita. Por ello, antes de ser admitidos, los candidatos provenientes de países de habla no española deberán superar una prueba que acredite un nivel de español adecuado.

Esta prueba tiene las siguientes partes:

- Expresión y comprensión oral (60%).
- Expresión y comprensión escrita (40%).

Aceptación del alumno solicitante: Se realiza la resolución positiva o negativa del estudiante considerando los siguientes criterios:

- Resultado positivo de la prueba diagnóstica (requisito imprescindible).
- Nota media del Expediente Académico, juntamente con la acreditación de disponer del nivel equivalente a B2 del idioma en que se imparta la formación en el grupo de estudiantes de referencia (40 %)
- Experiencia profesional demostrada por el candidato (20%)
- Entrevista personal con el solicitante (40%).

Comunicación de la admisión aceptada: Una vez Secretaría de Másteres tiene la confirmación de admisión por parte del coordinador/a de la especialidad, se procede al envío de la carta correspondiente (por correo ordinario y electrónico).

Matriculación al curso: El alumno, con la información anterior, procede a tramitar la matrícula correspondiente con el asesoramiento directo de Secretaría de Másteres.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Siguiendo los parámetros establecidos por el Plan de Acción Tutorial de la Universidad de Barcelona, la EUHT CETT articula sus acciones tutoriales considerando tres aspectos básicos:

- Información
- Orientación
- Formación

La nueva concepción de un enfoque del aprendizaje basado en el estudiante, junto con la incorporación de la adquisición de competencias transversales más vinculadas a aspectos actitudinales, brinda la oportunidad de redefinir los objetivos y organización de las acciones tutoriales.

Siguiendo con esta orientación, se considera importante la implicación de todas las personas en contacto con el estudiante a lo largo de todo el proceso formativo, articulándose entorno a las siguientes figuras:

- Dirección de la EUHT CETT-UB
- Coordinador de Másteres
- Jefe de estudios/a del Máster
- Coordinador/a de la especialidad
- Profesorado
- E3: Espai Estudiant Empresa CETT-UB.
- Secretaría.
- Tutor académico de prácticas
- Tutor del proyecto final de máster (PFM).

A continuación se resumen en el siguiente cuadro las diferentes acciones tutoriales de la EUHT CETT-UB:

	INFORMACIÓN	FORMACIÓN	ORIENTACIÓN
DIRECTOR EUHT CETT-UB	X		X
COORD. Másteres	X		X
JEFE ESTUDIOS DEL MÁSTER	X		X
COORDINADOR ESPECIALIDAD	X		X
PROFESORADO		X	X
E 3	X		X

SECRETARIA	X		X
TUTOR ACADÉMICO PRÁCTICAS	X		X
TUTOR PFM	X		X

Acciones en la fase inicial de los estudios del máster:

a) Actividades de presentación del máster.

Acciones durante el desarrollo de los estudios de Master:

a) Atención personalizada al estudiante para orientarlo, y ayudarlo a incrementar el rendimiento académico, especialmente respecto de su itinerario curricular y de la ampliación de su horizonte formativo, en un marco de confidencialidad y de respeto a su autonomía.

b) Información de interés para el estudiante: estancias formativas fuera de la UB, becas, otras ofertas de master.....

Acciones en la fase final de los estudios:

a) Acciones de formación y de orientación para la inserción profesional y para la continuidad en otros estudios.

b) Información sobre recursos del Servicio Escuela-Estudiante-Empresa (E3) relacionados con la inserción laboral.

c) Atención personalizada al estudiante para orientarlo, especialmente respecto a su inserción profesional y a la continuidad de los estudios.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver anexos. Apartado 4.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

La normativa de reconocimiento y transferencia está publicada en la URL http://www.ub.edu/acad/noracad/RC_EEES.pdf

Por el carácter profesionalizador del máster comporta necesariamente contemplar la posibilidad de reconocer parte del aprendizaje por la experiencia profesional acreditada por el potencial estudiante, tal y como recoge la normativa vigente.

En ese sentido y después del análisis del diseño curricular del máster en la identificación de determinados contenidos de aprendizaje, se hace evidente el contemplar la posibilidad de poder reconocer créditos correspondientes a la tipología de asignaturas optativas, como unidades de aprendizaje más específicas vinculadas con los distintos perfiles profesionales de salida identificados.

Para ello se requerirá al posible postulante la aportación de evidencias escritas sobre las responsabilidades, funciones y tareas desarrolladas durante el periodo de experiencia profesional, en ese sentido es importante considerar que dicha experiencia haya sido desarrollada en ámbitos del sector turístico asociados al máster de referencia en niveles de gestión de tipo intermedio, más allá de lo puramente operativo.

Se considera como periodo óptimo de evidencia el haber desarrollado dicha responsabilidad durante un mínimo de doce meses de forma continuada.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

A continuación se establecen los complementos de formación que deberán realizar los estudiantes en función de la titulación previa adquirida:

TITULACIÓN	COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN
Diplomatura en Turismo o el correspondiente título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas	No requieren complementos
Grado en Turismo	
Diplomatura en Ciencias Empresariales	
Licenciatura/grado en Economía	
Licenciatura/ grado en Administración y Dirección de Empresas	
Licenciatura/grado en Investigación y Técnicas de Mercado	
Licenciado/grado en RRPP y comunicación y similares	
Licenciatura/grado en Humanidades	En la adaptación al EEES requerirán cursar las asignaturas de Marketing Estratégico y Operativo y Gestión Económica-Financiera, determinadas como complemento de formación, pertenecientes al Grado en Turismo de la EUHT CETT-UB.
Licenciado/grado en Geografía	
Cualquier otra licenciatura/grado	

Con los complementos definidos en el Máster se pretende garantizar que los estudiantes no provenientes de estudios del ámbito de empresa, tengan un conocimiento básico del concepto, estructura y particularidades de los aspectos vinculados al marketing y a la gestión económico financiera en el ámbito turístico.

No se pretende homogeneizar el perfil de entrada, sino nivelar los conocimientos necesarios de los estudiantes para el máximo aprovechamiento de los contenidos del plan de aprendizaje. Para ello se considera necesario cursar, en este caso, 12 ECTS correspondientes a asignaturas de la Titulación de Grado, y definidos como complementos de formación: "Marketing Estratégico y Operativo" (6 ECTS) y "Gestión Económico-Financiera" (6 ECTS).

Así, la asignatura de "Marketing Estratégico y Operativo" (6 ECTS) aborda, desde el punto de vista estratégico, el análisis y valoración de la empresa, segmentación de los mercados, logrando un buen posicionamiento y diferenciándose en relación a la competencia. Desde la óptica operativa, y como consecuencia de las decisiones estratégicas, se pretende la creación de productos y servicios turísticos, a partir de definir y estructurar la servucción, determinar la política de precios y utilizar adecuadamente las técnicas y herramientas de comercialización y comunicación.

Para ello, los objetivos de aprendizaje responden a los siguientes parámetros:

Dotar al alumno de los conocimientos y habilidades necesarios para aprovechar las oportunidades que producen ventajas competitivas para la empresa, así como para detectar los peligros que afectan al negocio turístico que le permitan responder de forma rápida.

- Crear productos y servicios para sus clientes que les generen valor añadido:

-Realizar análisis y diagnóstico de situaciones de marketing: DAFO, producto/servicio, precio, comercialización.

- Diseñar un plan de comercialización (off y on line) para productos y servicios turísticos.
- Comprender la importancia de la orientación al cliente en todas las decisiones a tomar en este ámbito.

Por otro lado y considerando la especialización de aprendizaje del estudiante, se contempla que el alumno curse asimismo la asignatura "Gestión Económico-Financiera" (6 ECTS) del Grado en Turismo, dado que la función financiera es uno de los elementos básicos de la dirección de empresas.

Basándose en la información que proporciona la Contabilidad, el director financiero y el director de empresas, deben ser capaces de analizar la situación financiera y económica de la organización, establecer las medidas necesarias por la buena marcha de la empresa, evaluar la conveniencia de realizar determinadas inversiones antes de asumirlas, y tomar las decisiones que sean más convenientes para obtener recursos financieros en el momento adecuado, en el volumen necesario y a un coste asumible por la organización. Estas serán algunos de los datos que la función financiera proporciona dentro de del proceso general de dirección de la empresa turística.

Hay que destacar la orientación del contenido de la asignatura hacia una dimensión práctica, siendo las organizaciones del sector turístico los principales sujetos de aplicación. Para ello, los objetivos de aprendizaje responden a los siguientes parámetros:

- Comprender y interpretar la información relevante a nivel económico y financiero de las empresas turísticas
- Diagnosticar la posición financiera y económica de la empresa turística, y las posibles medidas correctoras susceptibles de aplicar:
- Elaborar propuestas de decisiones en función del análisis económico -financiero:
- Evaluar las inversiones y las fuentes financieras de la empresa turística.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver anexos. Apartado 5.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Teoría		
Teórico-práctico		
Prácticas ordenador		
Prácticas de problemas		
Prácticas de laboratorio		
Prácticas Externas		
Otras prácticas		
Taller Experimental		
Salidas de Campo		
Trabajo tutelado		
Trabajo autónomo		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Clases expositivas		
Conferencias		
Debate dirigido		
Trabajo en grupo		
Trabajo escrito		
Actividades de Aplicación		
Resolución de problemas		
Realización carpeta aprendizaje		
Ejercicios prácticos		
Búsqueda de información		
Estudios de casos		
Simulación		
Recensiones bibliográficas		
Prácticas		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Instrumentos de papel		
Pruebas orales		
Instrumentos basados en la observación		
Trabajos realizados por el estudiante		
Simulaciones		
Co-evaluaciones		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: Administración y Dirección de Empresas Turísticas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3

18		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección de Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	9	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
9		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección Económico-Financiera		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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

Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección Estratégica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos de aprendizaje que se quieren conseguir en esta materia son los siguientes: • Diseñar y dirigir un plan de marketing, haciendo especial énfasis en el ámbito online. • Desarrollar e implementar estrategias de marketing para la consecución de los objetivos preestablecidos. • Reflexionar sobre los nuevos modelos estratégicos que se derivan de la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en la empresa. • Analizar y controlar el proceso de venta en las organizaciones turísticas. • Entrenar en la técnica del trabajo en equipo. • Conocer la base de la conducta humana y los diferentes tipos de comportamientos personales y laborales que de ella se desprenden. • Controlar la evolución del desarrollo empresarial y de los instrumentos de gestión y dirección necesarios en cada momento. • Analizar la estructura económico-financiera de la empresa, estudiando su evolución a lo largo de diferentes ejercicios, prever su situación futura y adoptar medidas ante eventuales dificultades. • Buscar el equilibrio financiero entre inversión y financiación. • Optimizar la rentabilidad obtenida y el coste de los recursos necesarios para la prestación de los servicios ofrecidos por la empresa. • Analizar el entorno a nivel macro y micro sectorial con el fin de definir el mejor modelo de negocio posible y su correspondiente orientación estratégica. • Desarrollar el modelo analítico, el sentido crítico y la capacidad creativa para la resolución de problemas. • Alinear las estrategias y los recursos de la organización orientándolos hacia la generación de valor. • Entender los proyectos turísticos como un sistema complejo que debe ser abordado con una óptica multidisciplinar y alineado con la estrategia empresarial. • Desarrollar la iniciativa emprendedora en el sector turístico desde un conocimiento profundo del mismo. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • La gestión del marketing en las organizaciones turísticas • Marca y branding en el sector • La gestión de las ventas y la comercialización (con especial énfasis en el ámbito online) • El e-Marketing • Gestión legal • Economía global y del turismo • Contabilidad Financiera • Contabilidad de Gestión • Gestión de caja y créditos • Fiscalidad aplicada al sector 		

- Implantación y seguimiento de la estrategia
- Elaboración de mapas estratégicos
- El cuadro de mando integrarl en la tutorización de la estrategia
- El pensamiento estratégico en la resolución de problemas
- Dirección de proyectos
- Iniciativa emprendedora

5.5.1.4 OBSERVACIONES

En un marco económico que caracterizado por la disminución del número de pernотaciones, la sobreoferta y la creciente competencia de otros destinos turísticos, trabajar para incrementar los estándares de gestión, ofrecer un producto definido y diferenciado, y abrirse a un modelo de competencia que vaya más allá del análisis coste/calidad obliga a replantearse el modelo de negocio y a introducirse en nuevos campos que promuevan, de forma diferente e innovadora, la competitividad de la empresa.

En este contexto, el objetivo de esta materia es transmitir al estudiante los conocimientos necesarios que le permitan analizar los problemas reales a los que tienen que hacer frente las organizaciones hoy en día, estableciendo criterios de análisis cualitativos y cuantitativos y diseñando escenarios alternativos, para la posterior toma de desiones e implantación de soluciones estratégicas en los ámbito de la comercialización (con un énfasis centrado en el ámbito on line), y la optimización de los recursos económico-financieros., todo bajo el paraguas estratégico que debe reinar en la toma de decisiones.

Esta materia incorpora todas aquellas capacidades que el estudiante debe desarrollar como plataforma básica sobre la que asentar el aprendizaje esfecífico de la administración de empresas turísticas. Es por ello que se focaliza fundamentalmente en desarrollar las herramientas de dirección desde un ámbito principalmente estratégico.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

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.

CG1 - Orientarse al negocio

CG2 - Ejercer el liderazgo

CG7 - Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa

CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE4 - Optimizar la gestión de los recursos económico-financieros y humanos de los proyectos turísticos emprendidos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teórico-práctico	75	100
Trabajo tutelado	75	20
Trabajo autónomo	200	0
Teoría	100	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Debate dirigido

Clases expositivas

Conferencias

Trabajo en grupo

Actividades de Aplicación

Resolución de problemas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	40.0

NIVEL 2: Diseño y Comercialización de los Servicios Turísticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	39	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
39		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Gestión de e-Commerce en los Servicios Turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	9	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
9		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		

Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
NIVEL 3: Dirección de Operaciones: Planificación y Gestión		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Dirección de Operaciones: Logística y Control		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión de la Calidad y la Excelencia Operativa		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Revenue Management		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Diseño de Servicios Turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL

OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Optimización y Gestión de la Presencia en Internet		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Los objetivos de aprendizaje que se quieren conseguir en esta materia son los siguientes: 		

- Comprender la complejidad de los servicios turísticos.
- Desarrollar, adaptar y gestionar proyectos turísticos en función de las distintas tipologías de clientes.
- Comprender el concepto de excelencia, sostenibilidad y calidad aplicados al turismo.
- Diseñar, planificar y organizar del conjunto de tareas y actividades requeridas en el diseño y gestión de un servicio turístico.
- Coordinar de las operaciones clave en las diferentes etapas: pre, durante y post realización del servicio.
- Definir los indicadores necesarios para el control de las operaciones y la posterior toma de decisiones.
- Optimizar la rentabilidad de los proyectos.
- Identificar y aprovechar las nuevas tendencias presentadas por la industria turística, el diseño de los servicios y su comercialización.
- Identificar y gestionar los aspectos jurídicos y legales vinculados a la gestión de los servicios turísticos.
- Identificar el potencial de las nuevas tecnologías y aprovechar las nuevas herramientas en la gestión y comercialización de los servicios turísticos.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- La industria turística como mercado global
- Servicios: tipologías y particularidades
- El desarrollo de industrias complementarias: hotelería, restauración, actividades de ocio, audiovisuales, etc.
- Identificación y estructuración de la cadena de valor en los servicios turísticos. Visión integral
- Calidad: principios calidad total y excelencia empresarial.
- Planificación y coordinación de los procesos clave de los servicios.
- Logística de servicios: espacios, catering, alojamiento, audiovisuales, transportes y otros servicios complementarios.
- Outsourcing.
- Localización y diseño de espacios.
- Responsabilidad legal y gestión de los riesgos.
- Salud y Seguridad.
- Los eventos como experiencia turística singular.
- Eventos especiales: organización y gestión en función de las distintas tipologías de eventos y sus particularidades.
- Aplicación de las nuevas tecnologías en la organización, comercialización y dirección de servicios turísticos.
- Innovación en las estrategias del e-commerce.
- Optimización y gestión en los buscadores de internet.
- Nuevas tendencias y aplicaciones digitales.
- Gestión del voluntariado.
- Liderazgo y ética empresarial.
- Creatividad en los negocios turísticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

El diseño de los servicios, y en concreto, de los servicios turísticos, tiene unas particularidades que deben ser consideradas si se quieren obtener productos de gran valor añadido y competitivos.

Conocer los factores y etapas clave a gestionar en el diseño, ejecución y control de los servicios turísticos, así como los procesos clave de la comercialización de los mismos, requiere de profesionales competentes que aseguren el logro de los objetivos planificados inicialmente.

La industria de los servicios turísticos no ha sido ajena a las nuevas realidades del mercado. En este sentido, la exigencia de nuevas experiencias, la creciente importancia de las nuevas tecnologías de la información en la promoción y gestión de los mismos, el aumento de las presiones legales, así como la creciente presencia de competencia a nivel global, se perfilan como nuevas realidades que es necesario analizar y comprender con el fin de aprovechar las oportunidades ofrecidas por el entorno.

En este sentido, el sector de los servicios turísticos relacionados con la organización de eventos para el turismo de negocios, turismo deportivo, congresos, etc., no sólo constituyen un fin en sí mismos, sino que también se han convertido, a día de hoy en una herramienta crucial del marketing y, en particular, en un nuevo formato de comunicación. El alto potencial del sector ha provocado que en otras industrias, tales como la de la restauración, la hotelería o la del ocio en general, algunas empresas se hayan ido adaptando a estas nuevas realidades, construyendo y orientado sus productos hacia las necesidades de dicho sector.

La industria requiere, en este sentido, de profesionales altamente cualificados capaces de comprender y gestionar las realidades, particularidades y retos presentados por el sector, con el objetivo de gestionar de manera óptima las rentabilidades y riesgos asociados a cada uno de los proyectos, utilizando eficazmente las nuevas tecnologías disponibles para ello.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

CG3 - Capacidad de organización y planificación

CG5 - Emprender proyectos innovadores y creativos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.

CE7 - Planificar, coordinar y controlar los procesos organizativos y de servicio en todas las áreas de un evento

CE8 - Desarrollar un proceso efectivo de negociación con los proveedores

CE9 - Aplicar el marco político, legal y institucional que regula las empresas y las actividades y proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teórico-práctico	100	100

Trabajo tutelado	300	20
Trabajo autónomo	350	0
Teoría	150	100
Prácticas ordenador	75	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Debate dirigido		
Clases expositivas		
Conferencias		
Trabajo en grupo		
Actividades de Aplicación		
Estudios de casos		
Resolución de problemas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0
NIVEL 2: Costumer Experience		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	36	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	36	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Estrategias de Captación y Fidelización de los Clientes		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión de las Experiencias		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión de Eventos Especiales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Generación y Medida de Intangibles en Turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Relaciones Públicas y Protocolo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión de la Marca Corporativa		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión de los Medios de Comunicación		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: La Industria de los Eventos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: La Responsabilidad Social Corporativa en Turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Los objetivos de aprendizaje que se quieren conseguir en esta materia son los siguientes: Saber plantear e implementar investigaciones de mercado para la identificación de las necesidades de los clientes. Identificar los intangibles de los servicios turísticos requeridos por los clientes. Diseñar experiencias turísticas de valor añadido, únicas y diferenciales. Conocer las herramientas de anticipación y previsión de demanda, para una correcta gestión de sus flujos y garantizar la calidad esperada. Implantar mecanismos para garantizar y medir la satisfacción del cliente y el logro de la experiencia esperada. Conocer el comportamiento del "e-consumer" en este entorno competitivo. Implantar estrategias de fidelización de los clientes. Elaborar planes de gestión de clientes en el entorno online. Conocer las técnicas de comunicación online. Diseñar planes de acción SEO y SEM para nuestra organización turística. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> Elementos claves en la generación de experiencias para el cliente. Gestión de las diferentes tipologías de clientes. Importancia de los intangibles en los servicios turísticos. Innovación y creatividad. Instrumentos de comunicación y impacto en las experiencias turísticas. Importancia de la Relaciones públicas en los servicios turísticos. Gestión de la marca corporativa como elemento de fidelización. Estrategias de captación y fidelización on line de clientes CRM (Customer relationship management) y otras herramientas de gestión de clientes. Gestión de eventos especiales Gestión de los medios de comunicación Los eventos como instrumentos de comunicación y generación de experiencias Sistema de garantía de la calidad y la sostenibilidad. Fundamentos de protocolo. Las redes sociales y su gestión. La gestión de la reputación online. El impacto social de la RSC en la imagen corporativa. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Sin duda, en el entorno actual competitivo, las estrategias enfocadas al diseño de experiencias "únicas" en turismo, y a su comercialización y comunicación, presencial o virtual, resultan imprescindibles para conseguir los objetivos de la organización, ya que a través de la realización de eventos comerciales, de la página web corporativa, o a través de los sistemas de intermediación, se articulan los planes de acción correspondientes que facilitan conseguir los objetivos previstos.</p> <p>Estas herramientas, a partir del diseño inicial del servicio, constituyen una pieza clave en la satisfacción de los clientes, y de manera destacada, en la obtención y vivencia de experiencias diferenciales y de valor añadido.</p> <p>En este sentido, esta materia se configura como una de las claves para que el alumno entienda, analice y ponga en práctica las diferentes opciones estratégicas y tácticas que las organizaciones turísticas pueden llevar a cabo para generar experiencias únicas, optimizando su presencia online y offline en el mercado actual con una comunicación efectiva.</p> <p>En concreto, esta materia desarrolla los elementos clave actuales de atracción de y retención de clientes a la organización turística, así como aquellos componentes vinculados a la optimización de los ingresos.</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
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		
CG5 - Empezar proyectos innovadores y creativos		
CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.		
CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teórico-práctico	200	100
Trabajo tutelado	300	20
Trabajo autónomo	300	0
Teoría	100	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Simulación		
Clases expositivas		
Conferencias		
Trabajo en grupo		
Actividades de Aplicación		
Estudios de casos		
Resolución de problemas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	40.0
NIVEL 2: Tecnologías de la Información y Comunicación en Turismo		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	27	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
15	12	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		

Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Analítica Web orientada al ROI en el e-Commerce		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
NIVEL 3: Herramientas Clave para la Gestión de la Demanda		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		

Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Sistemas de Información y Gestión de la Información		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Sistemas Integrados de Información		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		

Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Sistemas de Análisis y de Soporte a la Toma de Decisiones		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Web Project Management		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: El Diseño Web y su influencia en el e-Commerce		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los componentes de los sistemas de información. • Conocer las nuevas tecnologías especializadas en turismo. • Saber implantar sistemas que permitan una rápida disponibilidad de información operativa de la empresa para optimizar el rendimiento de sus recursos: coordinación, servicio ofrecido, etc. • Conocer los sistemas de gestión, incluyendo de gestión básicas (contabilidad, facturación,...), las suites de gestión y los sistemas Integrados (ERP, CRM y SCM). • Introducir las herramientas colaborativas de trabajo, intranet, extranet, portales, sitios y paginas web. • Saber contextualizar la web como una herramienta estratégica del "e-Commerce". • Diseñar y dirigir un proyecto web dentro de la estrategia de "e-Commerce" que utilice todas las posibilidades de las TIC. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • La medición como parte de la estrategia. • Cuadros de mando. • Introducción a los sistemas de información. • Tipologías de sistemas de información (documental, de conocimiento, de procesos, etc.). • Herramientas Colaborativas de Trabajo, Intranet, extranet, portales, sitios y paginas web. • Sistemas para el comercio electrónico. • Sistemas para la gestión de las operaciones. • Sistemas de análisis y de soporte a la toma de decisiones. • Elaboración de proyectos "web" • Concepto, elementos clave y plan de acción de usabilidad y navegabilidad web • El motor de reservas como "puente" hacia la reserva efectiva. Tipologías. Costes. • Diseño de contenidos de la web. • Herramientas para construir y publicar el "website". • Analítica Web orientada al ROI en el "e-Commerce". 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Esta materia incorpora todas aquellas capacidades que el estudiante debe desarrollar como requisitos básicos sobre la que asentar el aprendizaje específico de la gestión de la información y las tecnologías disponibles en turismo, en concreto en la gestión de las estrategias y herramientas vinculadas a la fidelización del cliente y todas aquellas que ayudan a una mayor y mejor experiencia del usuario de las organizaciones turísticas. Es por ello que se focaliza fundamentalmente en desarrollar las herramientas de dirección, desde las que permiten un acceso y gestión más eficiente de la información clave, hasta aquellas que facilitan una mejor relación y comunicación con los clientes, sea en un ámbito online o offline.</p>		

Las TIC aplicadas especializadas en turismo y en sus servicios complementarios resultan imprescindibles para conseguir los objetivos de la organización, así como para poder evaluar los resultados obtenidos. Bajo esta óptica, en esta materia el alumno entenderá, analizará y pondrá en práctica las diferentes herramientas que ayudan a la empresa a retener al usuario; desde la web de la misma (diseño web, usabilidad, etc.), hasta como potenciar el "engagement" entre la organización y dichos usuarios, haciendo énfasis en las estrategias y técnicas del llamado "web 2.0" o redes sociales (Facebook, Twitter, blogs, etc.), que las organizaciones turísticas adoptan de forma sumamente rápida, pero no siempre con la rentabilidad deseada, y que implementan ya sea con los departamentos propios y/o con el apoyo de profesionales expertos externos.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

CG1 - Orientarse al negocio

CG3 - Capacidad de organización y planificación

CG7 - Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos

CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE3 - Incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización que fortalezcan la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Prácticas ordenador	75	100
Trabajo tutelado	200	20
Trabajo autónomo	250	0
Teoría	150	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Clases expositivas

Trabajo en grupo

Actividades de Aplicación

Estudios de casos

Resolución de problemas

Prácticas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0
Simulaciones	0.0	40.0

NIVEL 2: Sostenibilidad Turística

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER OPTATIVA

ECTS NIVEL 2 24

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12	12	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Gestión de Equipos de Alto Rendimiento		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
NIVEL 3: Gestión y Desarrollo Sostenible		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Gestión de los Recursos Humanos en Empresas Turísticas		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Sistemas y certificaciones en medio ambiente		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Modelos e Iniciativas de Turismo Sostenible		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OPTATIVA	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Los objetivos de aprendizaje que se quieren conseguir en esta materia son los siguientes: Contextualizar la relación de equilibrio entre el desarrollo empresarial y la preservación medio-ambiental. Identificar los potenciales aspectos e impactos ambientales definiendo, mediante indicadores, su posible incidencia de acuerdo con la tipología del medio receptor. Estudiar en profundidad las diferentes iniciativas y modelos para el desarrollo sostenible así como las claves de su diseño y aplicación. Identificar y valorar otros modelos de sistemas de gestión medio ambiental aplicados a empresas y destinos turísticos Conocer el marco normativo aplicable en materia de gestión medio ambiental a la empresa turística. Analizar la evolución y el alcance de la adopción de modelos de gestión sostenible por parte de administraciones públicas y entes privados de acuerdo con los resultados obtenidos Observar las posibilidades que ofrecen las nuevas técnicas constructivas e instalaciones técnicas para optimizar la integración de los edificios y el entorno. Identificación de las claves de la cultura organizacional de acuerdo con la implementación de la calidad desde la perspectiva del equipo humano Definición y análisis de la aplicación interrelacionada de las diferentes políticas y actividades relativas a la gestión de los recursos humanos de acuerdo con la perspectiva de la gestión por procesos 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> Políticas ambientales y su interacción con la actividad turística y empresarial Análisis y herramientas de diagnóstico para la evaluación de aspectos e impactos ambientales Indicadores de gestión en destinos sostenibles Estudio de iniciativas y modelos de turismo sostenible: análisis de factores claves y beneficios medio ambientales, sociales y económicos. Perspectiva general del origen, ventajas e inconvenientes de la aplicación de normas internacionales para la gestión ambiental. Desarrollo e implementación de la norma ISO 14001 en la estructura de la empresa turística. 		

- La auditoría ambiental: conceptos básicos y desarrollo
- El marco jurídico ambiental aplicado a la actividad de la empresa turística
- Técnicas, materiales e instalaciones desde la perspectiva de la sostenibilidad
- Edificación e integración en el entorno ambiental y cultural
- Revisión de las diversas funciones del ciclo integral de la gestión de los RRHH y sus relaciones e interdependencias en el marco de la gestión por procesos.
- Análisis de la importancia del despliegue de la calidad/sostenibilidad en la cultura organizacional a través de los principios y valores corporativos
- Estudio del rol de los equipos humanos en la gestión del cambio organizacional.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

Esta materia proporciona al estudiante las competencias necesarias para comprender la importancia de la gestión y garantía de la sostenibilidad en las organizaciones y empresas turísticas, conjugando la actividad turística y el desarrollo económico con la preservación del entorno medio ambiental, social y cultural. Se realiza un análisis multifactorial entre cuyos contenidos destacarán las claves para la gestión integral de los destinos turísticos, la aplicación de sistemas de gestión medio ambiental para la minimización del impacto ambiental de las empresas turísticas y el conocimiento respecto a las nuevas normativas, técnicas e instalaciones de última generación, de acuerdo a conceptos de sostenibilidad.

Así mismo, con la finalidad de garantizar la mejora y sostenibilidad organizacional, y considerando que ésta no puede ser efectiva sin el desarrollo paralelo del equipo humano, se abordará la gestión de las personas a través de la adecuación sinérgica de las estructuras propias del área de recursos humanos a los sistemas de gestión de calidad i medio ambiente, mediante el análisis de la perspectiva individual y colectiva de la gestión del cambio, así como del desarrollo y potenciación de las competencias necesarias para la formación de equipos de alto rendimiento.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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

CG2 - Ejercer el liderazgo

CG4 - Trabajar en equipo

CG5 - Emprender proyectos innovadores y creativos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE6 - Establecer estrategias de desarrollo sostenible en las empresas y las destinaciones turísticas, con la incorporación de las variables ambientales.

CE9 - Aplicar el marco político, legal y institucional que regula las empresas y las actividades y proyectos turísticos.

CE4 - Optimizar la gestión de los recursos económico-financieros y humanos de los proyectos turísticos emprendidos

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teórico-práctico	75	100
Trabajo tutelado	200	20
Trabajo autónomo	200	0
Teoría	125	100

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clase magistral

Debate dirigido

Clases expositivas

Conferencias

Trabajo en grupo

Actividades de Aplicación

Estudios de casos

Resolución de problemas

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0

NIVEL 2: Practicum

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	OPTATIVA
ECTS NIVEL 2	18

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	18	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Prácticum en "e-Tourism"		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
NIVEL 3: Prácticum en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Prácticum en Dirección de Eventos		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Dirección de Eventos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer la organización y el funcionamiento de las empresas de prácticas. • Conocer las funciones de los diferentes profesionales relacionados con el sector. • Favorecer la reflexión entre la teoría y la práctica. • Conseguir que el alumno aplique los conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios a situaciones reales. • Desarrollar las actitudes necesarias para el desarrollo óptimo de la profesión. • Vincular al alumno a la realidad empresarial del sector hotelero y de la restauración. • Completar su formación teórica con la experiencia práctica. • Fomentar la observación y el análisis crítico. • Darse cuenta de los comportamientos que suponen carga ética y entrenar los principios recomendados en la carrera. 		

- Tomar conciencia de los propios puntos fuertes y débiles, reconocer las propias aptitudes, actitudes y competencias personales.
- Impulsar la auto-evaluación en un contexto laboral.
- Desarrollar criterios para la toma de decisiones y actuar con iniciativa.
- Poner en práctica actividades de colaboración y de trabajo en equipo, dentro entornos multiculturales o multidisciplinares.

5.5.1.3 CONTENIDOS

El diseño del programa de aprendizaje práctico a seguir por el estudiante se definirá en función de las los objetivos de aprendizaje, expectativas profesionales de los participantes, tipología de empresa, ámbito de desarrollo... etc.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

El objetivo general es dar a conocer al alumno los diferentes ámbitos profesionales del sector donde aplicar las competencias de este máster, permitiéndole profundizar en un ámbito organizacional concreto donde poder desarrollar y aplicar soluciones y prácticas innovadoras.

Esta materia está concebida como un conjunto integrado de tareas de consolidación profesional desarrolladas en los Centros de Aplicación o Empresas Colaboradoras Externas, ubicadas en España o en el extranjero.

Podríamos definirla como un conjunto de actividades en el que participan la universidad, los Centros de Aplicación y/o las empresas colaboradoras externas. En este sentido es importante señalar que el centro dispone de más de 1000 convenios con empresas colaboradoras en las cuales los alumnos realizarán esta materia. Así mismo, el Grup CETT dispone de empresas turísticas propias donde los alumnos también realizan estos aprendizajes, como parte fundamental del modelo pedagógico de la escuela universitaria.

Toda la normativa referente a la realización de prácticas viene regulada por la propia Universidad:
http://www.ub.edu/feinaub/docs/normativa_practiques_2012.pdf

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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.

CG1 - Orientarse al negocio

CG2 - Ejercer el liderazgo

CG3 - Capacidad de organización y planificación

CG4 - Trabajar en equipo

CG5 - Emprender proyectos innovadores y creativos

CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa

CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE3 - Incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización que fortalezcan la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas

CE4 - Optimizar la gestión de los recursos económico-financieros y humanos de los proyectos turísticos emprendidos

CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.

CE6 - Establecer estrategias de desarrollo sostenible en las empresas y las destinaciones turísticas, con la incorporación de las variables ambientales.

CE7 - Planificar, coordinar y controlar los procesos organizativos y de servicio en todas las áreas de un evento

CE8 - Desarrollar un proceso efectivo de negociación con los proveedores

CE9 - Aplicar el marco político, legal y institucional que regula las empresas y las actividades y proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
---------------------	-------	----------------

Prácticas Externas	330	0
Trabajo autónomo	75	0
Trabajo tutelado	45	20
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Prácticas		
Trabajo escrito		
Actividades de Aplicación		
Resolución de problemas		
Simulación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos basados en la observación	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0
NIVEL 2: Metodologías y Técnicas de Investigación de Mercados		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	12	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Metodología de Investigación de Mercados		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
NIVEL 3: Aplicaciones y herramientas de investigación de mercados		
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en "e-Tourism": Estrategias de Marketing y Comercialización Online		
Especialidad en Dirección de Eventos		
Especialidad en Sostenibilidad y Gestión de la Calidad		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Aproximarse al análisis y práctica de las metodologías evaluativas, tanto las de tipo cualitativo como las de tipo cuantitativo. Aprender y ejercitarse en el trabajo de campo y en la investigación directa de las disciplinas objeto de referencia. Aprender a realizar aplicaciones concretas de los métodos y técnicas usuales en la investigación de mercados, productos y conceptos. Analizar problemáticas y hechos del sector a través de métodos de investigación a partir de la identificación y manejo de distintas variables. Diseñar y estructurar un método de investigación. Aplicar una metodología adecuada al objeto de estudio (para recabar datos, analizarlos e interpretarlos) Analizar, interpretar e inferir datos y resultados: elaboración de un informe. Extraer conclusiones de los resultados obtenidos y abrir perspectivas de futuro. Adaptar el discurso escrito a la situación profesional, tanto en lo que respecta al estilo y la estructuración como al uso de técnicas adecuadas. Adaptar el discurso oral a la situación de defensa del Proyecto de Fin de Máster. 		

5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Principios básicos de la investigación de mercados • Procesos de la investigación en turismo • Diseño de la investigación de mercado • Búsqueda de bases de datos en investigación • Bases de la investigación cualitativa • Bases de la investigación cuantitativa • Fuentes de información turística • Trabajo de campo • Principales programas y recursos para el análisis de datos • Aproximación al análisis e interpretación de datos • Tratamiento y exposición de resultados 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Esta materia pretende ser un instrumento para capacitar a nuestros alumnos para analizar problemáticas y hechos mediante los métodos de investigación para su aplicación, a partir de la identificación y utilización de diferentes variables.</p> <p>Se persigue iniciar al estudiante en la metodología de investigación para todo aquél que requiera un acompañamiento para el adecuado desarrollo del Proyecto Final de Máster.</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
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		
CG7 - Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos		
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.		
CG3 - Capacidad de organización y planificación		
CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización		
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		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
Seleccione un valor		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	50	100
Teórico-práctico	50	100
Trabajo tutelado	100	20
Trabajo autónomo	100	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clase magistral		
Clases expositivas		
Conferencias		
Trabajo en grupo		
Actividades de Aplicación		
Estudios de casos		
Resolución de problemas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos de papel	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0

NIVEL 2: Trabajo Final de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	TRABAJO FIN DE MÁSTER	
ECTS NIVEL 2	15	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	15	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Trabajo Final de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
TRABAJO FIN DE MÁSTER	15	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	15	
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
Si	Si	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Si
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos de aprendizaje que se quieren conseguir en esta materia son los siguientes: • Favorecer la reflexión entre la teoría y la práctica. • Aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas a situaciones reales. • Identificar ámbitos de innovación en la empresa hotelera y de restauración. • Analizar áreas funcionales y procesos empresariales y proponer mejoras. • Extraer conclusiones de los resultados obtenidos y abrir perspectivas de futuro. • Adaptar el discurso escrito a la situación académica, tanto en lo que respecta al estilo y la estructuración como al uso de técnicas adecuadas. • Adaptar el discurso oral a la situación de defensa del Trabajo de Fin de Máster. • Desarrollar criterios para la toma de decisiones y actuar con iniciativa. 		

- Poner en práctica actividades de colaboración y de trabajo en equipo, dentro entornos multiculturales o multidisciplinares

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Justificación de la investigación/proyecto de aplicación.
- Objetivos del estudio.
- Fundamentación y marco teórico.
- Revisión documental. Manejo de fuentes de información para el desarrollo del proyecto
- Fase empírica: Fundamentos del enfoque cuantitativo y cualitativo y/o enfoques metodológicos y práctica de innovación y mejora continua.
- Síntesis y conclusiones.
- Resumen bibliográfico.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

El Trabajo Final de Master supondrá la realización por parte del estudiante de un proyecto o estudio que suponga el ejercicio integrador de la formación recibida durante el proceso de aprendizaje. Este ejercicio requerirá que el estudiante aplique conocimientos, habilidades y actitudes alcanzadas a lo largo del Master, siendo capaz de llevar a cabo una adecuada integración, que demuestre una formación idónea y se ajuste a los objetivos específicos de formación y ejercicio profesional propios de la titulación.

El trabajo final de máster se regirá según la normativa general de la UB: <http://www.ub.edu/agenciaqualitat/normativaespecifica>

Asimismo, el centro dispone de una normativa de soporte al estudiante para el desarrollo de dicho trabajo:

http://www.cett.es/html/cast/masteenturis_trabfinaldemaste.html

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

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.

CG1 - Orientarse al negocio

CG2 - Ejercer el liderazgo

CG3 - Capacidad de organización y planificación

CG4 - Trabajar en equipo

CG5 - Emprender proyectos innovadores y creativos

CG6 - Aplicar las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación para la optimización en la efectividad en la organización

CG7 - Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Definir las políticas necesarias para la consecución de los objetivos derivados del análisis estratégico de la empresa

CE2 - Diseñar e implementar estrategias comerciales y de comunicación que den respuesta a las nuevas oportunidades de negocio emergentes en el sector.

CE3 - Incorporar las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo de nuevos modelos de gestión y comercialización que fortalezcan la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas

CE4 - Optimizar la gestión de los recursos económico-financieros y humanos de los proyectos turísticos emprendidos

CE5 - Gestionar la calidad de los productos y servicios turísticos, utilizando las diferentes herramientas, sistemas y normas de calidad y medio ambiente disponibles.

CE6 - Establecer estrategias de desarrollo sostenible en las empresas y las destinaciones turísticas, con la incorporación de las variables ambientales.

CE7 - Planificar, coordinar y controlar los procesos organizativos y de servicio en todas las áreas de un evento

CE8 - Desarrollar un proceso efectivo de negociación con los proveedores

CE9 - Aplicar el marco político, legal y institucional que regula las empresas y las actividades y proyectos turísticos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Trabajo tutelado	55	20
Trabajo autónomo	320	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Actividades de Aplicación		
Búsqueda de información		
Recensiones bibliográficas		
Trabajo escrito		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas orales	0.0	40.0
Instrumentos basados en la observación	30.0	70.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	70.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Barcelona	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	59.0	85.0	42.0
Universidad de Barcelona	Profesor Titular de Escuela Universitaria	41.0	36.0	58.0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver anexos. Apartado 6.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver anexos. Apartado 6.2				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver anexos, apartado 7.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
85	15	99
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver anexos, apartado 8.		

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

La UB dentro del marco del sistema interno de aseguramiento de la garantía de calidad de las titulaciones, tal como se indica en el punto 9, tiene establecido en su programa AUDIT-UB el proceso de análisis y evaluación de los resultados de aprendizaje a través de tres acciones generales:

a) Resultados de aprendizaje

La Agencia para la Calidad de la UB, se encarga de recoger toda la información para facilitar el proceso del análisis de los datos sobre los resultados obtenidos en cada centro respecto a sus diferentes titulaciones. Anualmente se envían al decano/director, como mínimo los datos sobre rendimiento académico, abandono, graduación y eficiencia para que las haga llegar a los jefes de estudios/coordinadores correspondientes para su posterior análisis.

También en el momento de diseñar un nuevo plan de estudios, el centro hace una estimación de todos los datos históricos que tiene, justificando dicha estimación a partir del perfil de ingreso recomendado, el tipo de estudiantes que acceden, los objetivos planteados, el grado de dedicación de los estudiantes en la carrera y otros elementos de contexto que consideren apropiados. Estas estimaciones se envían a la Agencia para la Calidad de la UB.

Anualmente, la Comisión de Máster hará un seguimiento para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes. También revisará las estimaciones de los indicadores de rendimiento académico, tasa de abandono y de graduación y definirá las acciones derivadas del seguimiento que se remiten al decanato/dirección del centro.

b) Resultados de satisfacción de los diferentes miembros de la comunidad universitaria del centro

La Agencia para la Calidad de la UB, remite al decano/director, coordinadores de máster y directores de departamento los resultados de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre la acción docente del profesorado.

Los directores de departamento informarán de los resultados en el consejo de departamento.

Los coordinadores de máster solicitarán a los jefes de departamento que elaboren un informe sobre la acción docente del profesorado, como también, las acciones que se llevaran a cabo para mejoraría.

El coordinador de máster, con los resultados de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre la acción docente del profesorado, y los informes elaborados por los directores de departamento elaborará un documento de síntesis que presentará a la comisión de coordinación de máster para analizarlo.

La administración del centro gestionará las encuestas de satisfacción de los usuarios respecto a los recursos y servicios del centro y elaborará un informe de los resultados de satisfacción de los usuarios respecto a los recursos y servicios del centro junto con la propuesta de mejora. El informe se debatirá en la Junta de centro.

c) Resultados de la inserción laboral

Tal y como se ha venido haciendo con las titulaciones de grado y doctorado, se pretende llevar a cabo los estudios de inserción laboral de los titulados de Máster.

AQU Catalunya en colaboración con los Consejos Sociales de las siete universidades públicas catalanas, gestiona, de momento, las encuestas de inserción laboral de los titulados de Licenciados, diplomados, Ingenieros y las de los de Doctorado; pero no las de Máster.

En este caso concreto de los estudios de Máster y hasta que no haya el acuerdo entre las Universidades públicas y AQU, será la Agencia de Calidad de la Universidad la que va a realizar este proceso

Una vez realizada la encuesta, la Agencia de Calidad de la Universidad de Barcelona remitirá los ficheros al decano/director del centro.

El decanato/dirección del centro analizará los datos y elaborará un informe "resumen" para conocer las vías por las que se hace la transición de los titulados al mundo laboral y para conocer el grado de satisfacción de los graduados con la formación recibida en la universidad (esta encuesta de satisfacción de la formación recibida se realiza una vez el titulado solicita su título). Dicho informe se debatirá en el Centro, a nivel de la comisión correspondiente.

Por otra parte y dada la importancia que tiene en los estudios de Máster el Trabajo Fin de Máster, anualmente la Comisión de Master debe analizar su desarrollo y debe informar al Centro para incluirlo en la memoria de seguimiento

d) Resultados de satisfacción de los diferentes miembros de la comunidad universitaria del centro

La Agencia para la Calidad de la UB, remite al decano/director, coordinadores de y directores de departamento los resultados de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre la acción docente del profesorado.

Los directores de departamento informan de los resultados en el consejo de departamento. Los coordinadores de master solicitan a los jefes de departamento que elaboren un informe sobre la acción docente del profesorado, como también, las acciones que se llevaran a cabo para mejoraría.

El coordinador de master, con los resultados de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre la acción docente del profesorado, y los informes elaborados por los directores de departamento elaboran un documento de síntesis que presenta a la comisión de coordinación de master para analizarlo.

La administración del centro gestiona las encuestas de satisfacción de los usuarios respecto a los recursos y servicios del centro y elabora un informe de los resultados de satisfacción de los usuarios respecto a los recursos y servicios del centro junto con la propuesta de mejora. El informe se debate en la Junta de centro.

La memoria de seguimiento está elaborada por cada comisión de master, y tiene que ser presentada para debate y posterior aprobación al centro. Ésta tendrá que incluir las siguientes acciones específicas que vienen condicionadas por la peculiaridad de cada titulación:

En el caso del trabajo de fin de carrera cada titulación tendrá que disponer de la evaluación del comité externo, que puede estar compuesto por miembros del consejo asesor o personas propuestas por el mismo, que evaluarán la calidad de los mismos y su adecuación a las necesidades del sistema productivo y de innovación.

Prácticas externas, la UB dispone de una normativa para regular el proceso de prácticas externas y analizar su calidad, donde los tutores de prácticas en la empresa i/o institución y el tutor interno, mediante un protocolo establecido evaluará la situación del estudiante y los progresos obtenidos, así como en función de los puntos débiles destacados se propondrán mejoras en el programa. Este feed-back también se extiende, al análisis de las encuestas realizadas y a la opinión expresada en las encuestas que mediarán la satisfacción del estudiante en las prácticas realizadas.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.cett.es/html/cast/masteenturis_sistdegestidelacalid_pres_intr.html
---------------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2013

Ver anexos, apartado 10.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

La UB aprueba por sus órganos de gobierno los títulos de máster que se implantan y los que se extinguen por la implantación de esos nuevos títulos.

En las memorias de los nuevos títulos y también en el acuerdo se incorpora información sobre el cronograma de extinción a aplicar a cada título, indicando el curso en que el título inicia su extinción, y el curso en que estará totalmente extinguido.

A los efectos de informar a los estudiantes que están cursando el título de máster que iniciará su extinción, cada centro aprobará el proceso de extinción de cada una de las asignaturas del plan de estudios que se han impartido en el curso 2012-13.

Asimismo, se informará a los estudiantes mediante los canales usuales de difusión y junto al proceso de extinción de las asignaturas, de la tabla de reconocimiento entre las asignaturas del título que se extingue y las del nuevo título que se implanta y que también figura en este apartado.

Los estudiantes matriculados en el título que inicia su extinción podrán optar por continuar sus estudios en el plan de estudios iniciado, teniendo en cuenta la información facilitada relativa a la extinción de las asignaturas, o bien optar por pasar al nuevo título, donde se les aplicará el reconocimiento establecido en la tabla de reconocimiento.

El órgano responsable de la propuesta de extinción de las asignaturas es la comisión de coordinación del máster, que elevará su propuesta a la Comisión Académica y se elevará a la CACG para su aprobación.

El Jefe de Estudios del máster será el responsable de asesorar a los estudiantes sobre si continuar en el título en extinción o pasar al nuevo título.

La comisión de coordinación del máster resolverá, aplicando la tabla aprobada, los reconocimientos de asignaturas a los estudiantes que decidan pasar al nuevo título.

La presente modificación implica un cambio en la distribución de las asignaturas a cursar por el estudiante, con lo que se contempla la posibilidad de articular un reconocimiento de créditos para aquellos alumnos que no hayan finalizado la titulación en el momento de la implantación de la presente propuesta y que se refleja en el cuadro adjunto:

TABLA DE ADAPTACIÓN					
Máster universitario Gestión Estratégica de Empresas Turísticas			Máster universitario en Dirección Estratégica de Empresas Turísticas		
Asignatura	Tipo	Créditos ECTS	Materia	Tipo	Créditos ECTS
Habilidades directivas	Obl	5	Materia Administración y Dirección empresas turísticas	Obl	9
Dirección estratégica y económica-financera	Obl	5			
Introducción al e-tourism	Opt	5	Materia Diseño y comercialización servicios turísticos	Opt	9
Herramientas de gestión del e-tourim	Opt	5			
Marketing relacional y programas de fidelización	Opt	5	Materia Consumer Experience	Opt	6
Comercialización online	Opt	5			
Diseño y promoción de la web	Opt	5	Materia TIC en turismo	Opt	3
Sistemas de reservas	Opt	5	Materia TIC en turismo	Opt	3
Gestión por procesos en las empresas y servicios turísticos	Opt	5	Materia Diseño y comercialización servicios turísticos	Opt	6
Herramientas para la auditoría de calidad y medio ambiente	Opt	5			
Sistema de gestión de la calidad aplicables a los servicios turísticos	Opt	5	Materia Consumer Experience	Opt	3
Técnicas y herramientas de mejora de la calidad	Opt	5			
Sostenibilidad en la organización de la empresa turística	Opt	5	Materia Sostenibilidad turística	Opt	12
Sistema de gestión del medio ambiente aplicables a los servicios turísticos	Opt	5			

Es necesario observar que en la propuesta de tabla de reconocimiento de créditos, aquellas asignaturas que deben ser reconocidas por créditos optativos, se ha considerado conveniente hacerlo sobre "créditos de la materia" en lugar de una asignatura concreta.

Ello responde a la posibilidad de que en un curso académico en concreto se pueda modificar levemente alguna de las propuestas de asignaturas optativas, siempre y cuando sea aprobado por la CACG de la Universidad de Barcelona.

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
4310645-08070301	Máster Universitario en Gestión Estratégica de Empresas Turísticas-Escuela de Hostelería y Turismo-CETT

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Gran Vía de les Corts Catalanes, 585	08007	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO

vr-paiq@ub.edu	934031128	934035511	
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Gran via de les Corts Catalanes, 585	08007	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
vr-paiq@ud.edu	934031128	934035511	
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Gran Vía de les Corts Catalanes, 585	08007	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
	934031128	934035511	

ANEXOS : APARTADO 2

Nombre : Justificación.pdf

HASH SHA1 : i2uxoOhnbzptkjrpkcm0Q1YLLE=

Código CSV : 100259256960974383161872

Justificación.pdf

ANEXOS : APARTADO 3

Nombre : MGEET.4.1Acceso y admision estudiantes.pdf

HASH SHA1 : tKfFWRe4ttqTqncA0cJJZ4u2PNE=

Código CSV : 89752683234742979104684

MGEET.4.1Acceso y admision estudiantes.pdf

ANEXOS : APARTADO 5

Nombre : MGEET.5.1_Planificacio_AQUalega.pdf

HASH SHA1 : BNkrbAamtQ/LHKeKBzwbqolkZ4o=

Código CSV : 100259276145656945864544

MGEET.5.1_Planificacio_AQUalega.pdf

ANEXOS : APARTADO 6

Nombre : MGEET.6.PersonalAcad_AQUalega.pdf

HASH SHA1 : G2JJ8kXSeBDdRwTF5gkoYbIqr60=

Código CSV : 100259293109900478344123

MGEET.6.PersonalAcad_AQUalega.pdf

ANEXOS : APARTADO 6.2

Nombre : MGEET.6.2.otros recursos humanos.pdf

HASH SHA1 : PXYgcRv0icE37uFThX3Jb0DkOTA=

Código CSV : 89752715213591675351079

MGEET.6.2.otros recursos humanos.pdf

ANEXOS : APARTADO 7

Nombre : MGEET.7 Recursos Materiales y Servicios.pdf

HASH SHA1 : C+8Ew+53I92SpAUsBzQObQ3Aq+w=

Código CSV : 89752724695823648050415

MGEET.7 Recursos Materiales y Servicios.pdf

ANEXOS : APARTADO 8

Nombre : MGEET.8.1 Resultados previstos.pdf

HASH SHA1 : 4bAU3fUk87RmdVkRyzpH/lkTDuY=

Código CSV : 89752739507993951306401

MGEET.8.1 Resultados previstos.pdf

ANEXOS : APARTADO 10

Nombre : calendario implantacion y certificado supresion_nou.pdf

HASH SHA1 : kZHiIBoa6GygbaTij06BfNGCQIo=

Código CSV : 89752744534738547528872

calendario implantacion y certificado supresion_nou.pdf

ANEXOS : APARTADO 11

Nombre : DELEGACION RECTOR UB EN VICERRECTOR.pdf

HASH SHA1 : 0htPNky8MZ5H8+G39kVNTCqM7GM=

Código CSV : 89752753960015886688438

DELEGACION RECTOR UB EN VICERRECTOR.pdf

