

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

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

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Castilla-La Mancha		Facultad de Ciencias Sociales	16003104
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Dirección de Empresas Turísticas	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Dirección de Empresas Turísticas por la Universidad de Castilla-La Mancha			
NIVEL MECES			
3 3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO			
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo			
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSÉ MANUEL CHICHARRO HIGUERA		Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSÉ JULIÁN GARDE LÓPEZ-BREA		Rector	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSÉ MANUEL CHICHARRO HIGUERA		Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	680222323
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
julian.garde@uclm.es	Ciudad Real	926295385	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Ciudad Real, AM 11 de enero de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Dirección de Empresas Turísticas por la Universidad de Castilla-La Mancha	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Administración y gestión de empresas	Viajes, turismo y ocio	
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad de Castilla-La Mancha				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO		UNIVERSIDAD		
034		Universidad de Castilla-La Mancha		
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		6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	48	6
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

1.3. Universidad de Castilla-La Mancha

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
16003104	Facultad de Ciencias Sociales

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales

1.3.2.1. Datos asociados al centro

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



PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
20	20	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	12.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	6.0	60.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.uclm.es/doc/?id=UCLMDOCID-12-129		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

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
- - -
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT2 - Correcta comunicación oral y escrita.
CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.
CT3 - Comunicar ideas complejas de manera efectiva a todo tipo de audiencias.
CT4 - Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.
CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE9 - Elaborar instrumentos de planificación en empresas turísticas, como el plan de negocio, el plan de viabilidad y/o plan de inversión e integrarlos en proyectos que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.
CE10 - Preparar e implantar los diferentes procesos de gestión de los recursos humanos, de acuerdo con las particularidades de las empresas turísticas.
CE11 - Construir y consolidar la iniciativa, el espíritu emprendedor y el liderazgo necesarios para poner en marcha proyecto de empresa en el sector turístico.
CE12 - Manejar las metodologías cuantitativas univariantes y multivariantes adecuadas y formularlas para problemas de dirección empresarial específicos.
CE13 - Formular sistemas de modelización de los impactos de la actividad turística para la toma de decisiones empresariales.
CE14 - Desarrollar herramientas estratégicas directivas que posibiliten y optimicen la dirección de empresas turísticas en el entorno actual.
CE15 - Distinguir el destino turístico como un sistema para el diagnóstico estratégico, con visión innovadora y proactiva.
CE16 - Diseñar e implementar estrategias de distribución comercial y de promoción en el sector turístico que incorporen las nuevas oportunidades de negocio emergentes.
CE17 - Implementar técnicas de dirección financiera basadas en la modelización del valor de los activos financieros y en la gestión de los riesgos financieros en las empresas del sector turístico.
CE18 - Proponer estrategias para la organización y gestión de negocios turísticos y definición de destinos y recursos turísticos.
CE19 - Integrar estrategias de innovación y emprendimiento en el sector turístico para evaluar la viabilidad de un proyecto de turismo empresarial y planificar su puesta en marcha.
CE20 - Establecer procesos de innovación y emprendedurismo en las empresas turísticas orientados al desarrollo de nuevos productos y servicios y/o a procesos organizativos.
CE21 - Manejar técnicas de recogida y análisis de datos en entornos turísticos.
CE22 - Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos en la investigación en turismo.



CE1 - Manejar herramientas de análisis económico, tales como modelos de competencia perfecta e imperfecta, teoría de juegos y costes de transacción, para comprender el funcionamiento del mercado y las empresas turísticas.
CE2 - Manejar herramientas avanzadas de coyuntura económica que permitan identificar, evaluar y usar la información para la toma de decisiones en entornos de gestión de empresas turísticas.
CE3 - Valorar la actividad turística y su contribución al desarrollo sostenible del territorio a partir de las herramientas que proporciona la Microeconomía.
CE4 - Evaluar el entorno de la empresa turística y formular estrategias de dirección que generen ventajas competitivas.
CE5 - Diagnosticar y evaluar los recursos y capacidades de la empresa turística para implantar estrategias de rentabilidad económica.
CE6 - Desarrollar e implantar herramientas de cálculo relevantes para la toma de decisiones (Uniform System of Accounts for Hotels, cuadros de mando, programas informáticos de optimización multi-objetivo y de simulación de escenarios) en las Empresas e Instituciones Turísticas (EIT), adaptándolas a las condiciones particulares de cada una de ellas.
CE7 - Manejar herramientas de análisis contable para elaborar, analizar e interpretar el contenido de los Estados Financieros y decidir sobre su utilidad para la toma de decisiones de gestión en las empresas turísticas.
CE8 - Diseñar cuadros de mando que le permitan controlar los factores clave para la gestión de las EIT.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

En cuanto al perfil académico de los potenciales alumnos que pueden acceder al Máster en Dirección de Empresas Turísticas, los perfiles recomendados serían las licenciaturas de Administración y Dirección de Empresas, Economía, Investigación y Técnicas de Mercado, así como otras titulaciones afines, además de las diplomaturas de Empresariales, Turismo, Relaciones Laborales, o sus equivalentes extranjeros, bien del Espacio Europeo de Educación Superior o de cualquier otro marco, previa comprobación del nivel de formación equivalente para el acceso.

Igualmente tendrían acceso quienes cursen los títulos de grados relacionados con las titulaciones anteriormente mencionadas; así como los alumnos que posean posgrados en materias de Turismo, Administración y Dirección de Empresas y Economía.

Por otro lado, podrán acceder al Máster en Dirección de Empresas Turísticas aquellos profesionales procedentes de otras titulaciones no prioritarias que se encuentren trabajando en puestos relacionados con el sector turístico. Solo podrán acceder aquellos alumnos que demuestren una experiencia, de al menos dos años, en puestos de gestión y dirección de empresas turísticas. En todo caso, a estos estudiantes les será de aplicación aquello que, respecto del perfil de ingreso y criterios de admisión, se describe a continuación.

Las solicitudes de admisión de titulados/graduados en otros campos (de las ciencias sociales y jurídicas, artes y humanidades, ciencias, ingeniería y arquitectura) serán estudiadas en el caso de existir plazas vacantes, comprobando que el posible alumno tenga una formación previa suficiente en contenidos y materias relacionadas con el mundo de la empresa, y que posea una clara vocación y proyección hacia las actividades en puestos de responsabilidad en dirección y gestión de empresas u organizaciones turísticas. La Comisión Académica del Máster propondrá diferentes complementos de formación, a aquellos alumnos que no provengan de los perfiles recomendados de acceso a esta titulación, y mencionados en esta memoria. Todos los complementos formativos se corresponden con asignaturas impartidas en el primer cuatrimestre en la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Aunque no se establecen pruebas de acceso especiales, la Comisión Académica del Máster hará constar la recomendación de que los estudiantes interesados en este programa tengan un dominio de idiomas extranjeros, especialmente de la lengua inglesa suficiente como para comprender textos científicos, ser capaces de redactar documentos y recensiones, y comunicarse con cierta fluidez.

A continuación, se describen las vías de acceso.

1. Vías de acceso

Las vías de acceso son las generales establecidas en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007 del 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, en el que se establece que pueden cursar estudios de Máster aquellas personas que estén en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del EEES que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.

Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al EEES sin necesidad de homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes a enseñanzas de posgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

En cualquier caso, se tendrá en cuenta lo dispuesto en la disposición adicional cuarta del Real Decreto 1393/2007, que prevé:

1. Para los actuales licenciados, ingenieros y arquitectos, la posibilidad del reconocimiento (convalidación) de créditos en el Máster universitario.
2. Para los actuales diplomados, ingenieros técnicos y arquitectos técnicos, se les permite el acceso al Máster, pero las universidades podrán exigir formación adicional necesaria teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos derivados de las enseñanzas cursadas en los planes de estudios de origen y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de Máster solicitadas.

Así mismo, se respetará la normativa de la Universidad de Castilla-La Mancha sobre esta materia, según la cual:



- Los estudiantes serán admitidos en un Máster universitario mediante resolución de la Comisión Académica del Máster, conforme a los requisitos y criterios de valoración de méritos que se definan para cada uno de ellos, entre los que podrán figurar requisitos de formación previa específica en algunas disciplinas o de formación complementaria. Los alumnos que cumplan los requisitos y no sean admitidos, en su caso, podrán formular reclamación ante la Comisión de Reforma de Títulos y Planes de Estudio, que recabará para su resolución los informes que considere oportunos.
- Los sistemas y procedimientos de admisión deberán incluir, para los estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, los servicios de apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán, en su caso, la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.
- La Comisión Académica de cada uno de los Másteres elaborarán y publicarán, con el informe favorable de la Comisión de Reforma de Títulos y Planes de Estudio, los criterios específicos de admisión, y en su caso, el diseño concreto de la formación complementaria.

1. Procedimiento de admisión

La admisión en el Máster se ajusta a lo establecido en el Artículo 17 del Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Así, el artículo 17 establece:

1.- Los estudiantes podrán ser admitidos en un Máster conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos que, en su caso, sean propios del título de Máster Universitario o establezca la universidad.

2.- La Universidad incluirá los procedimientos y requisitos de admisión en el plan de estudios, entre los que podrán figurar complementos formativos en algunas disciplinas, en función de la formación previa acreditada por el estudiante. Dichos complementos formativos podrán formar parte del Máster siempre que el número total de créditos a cursar no supere los 120. En todo caso, formen o no parte del Máster, los créditos correspondientes a los complementos formativos tendrán, a efectos de precios públicos y de consideración de becas y ayudas al estudio, la consideración de créditos de nivel de Máster.

Las solicitudes de preinscripción irán dirigidas al Coordinador Académico del Máster, en los plazos establecidos por la UCLM, debidamente cumplimentados y acompañadas de los siguientes documentos:

- Impreso de preinscripción
- Documento acreditativo de la identidad del interesado (DNI o Pasaporte)
- Certificación Académica Personal
- Título académico que permita el acceso al Máster. En su caso, debidamente traducido al castellano y legalizado por las autoridades competentes
- Currículo Vitae
- Otros (experiencia profesional, idiomas, etc.)

La Comisión Académica, presidida por el Coordinador del Máster y compuesta por un total de 5 profesores funcionarios con docencia en el programa, tendrá en cuenta los siguientes criterios al valorar las solicitudes presentadas, otorgándoles una calificación que oscilará entre 0 y 5 puntos:

- Expediente académico: se atenderá en función de la calificación media obtenida en los estudios.
- Adecuación al perfil recomendado de acceso al Máster.
- Otros méritos académicos, de formación o experiencia profesional.
- Entrevista personal: capacidad de expresión, argumentación, motivación en la elección del título de Máster, posible puesto a ocupar en el futuro y, en suma, la adecuación del perfil del estudiante al programa. En el caso de residir en el extranjero, el solicitante podrá, con la autorización de la dirección del programa, sustituir la entrevista personal por una carta de motivación de 10.000 caracteres como máximo y mantener con la dirección/codirección del Máster una entrevista telefónica.

La ponderación de cada uno de estos criterios será la que figura en la tabla 3.

Tabla 3. Criterios de valoración de méritos a efectos de acceso a los estudios de Máster en Dirección de Empresas Turísticas

Méritos	Ponderación a efectos de acceso (%)
Expediente académico	35
Adecuación al perfil recomendado de acceso al Máster	30
Otros méritos académicos, de formación o experiencia profesional	15
Entrevista personal	20

La Comisión Académica llevará a cabo una entrevista personal que se realizará conforme a los principios de objetividad, imparcialidad, mérito y capacidad. La entrevista se llevará a cabo en lengua castellana, teniendo en total una duración aproximada de 30 minutos como mínimo y 45 minutos como máximo. Si bien, la entrevista, podrá realizarse de forma presencial o mediante videoconferencia, u otros medios audiovisuales existentes y disponibles por ambas partes. La prueba consistirá en preguntas relacionadas con las expectativas e intereses académicos y profesionales a corto y largo plazo, la experiencia profesional y otros estudios no reglados u otros conocimientos relevantes.

Tabla 4. Ficha técnica de los objetivos a evaluar en la entrevista personal

Competencia	Descripción	Puntuación
Antecedentes personales		
Estudios	Relacionados con la Dirección de Empresas Turísticas	
	Homologados	
	No homologados	
Experiencia profesional	Órganos de gestión de empresas turísticas	
	Órganos de gestión de empresas	
	Otros puestos en empresas turísticas	
Adecuación de las respuestas al perfil de la titulación		
Coherencia entre las expectativas profesionales del candidato y el objetivo del Máster		



Correspondencia entre el conocimiento previo del candidato y los contenidos del Máster	
Capacidad de trabajar en coordinación con grupos multidisciplinares y cooperar de manera genuina	
Capacidad de adaptación y flexibilidad ante situaciones no previstas con anterioridad	
Compromiso de atender los deseos y necesidades de los clientes (nivel de orientación al cliente)	

La evaluación de la entrevista personal evaluará los siguientes aspectos objetivos: a) antecedentes personales tanto académicos como profesionales; y, b) adecuación de las respuestas al perfil de la titulación. A través, de la ficha técnica, recogida en la tabla 4, se pueden ver los objetivos que serán analizados en la entrevista personal. Todo ello, atendiendo a la consistencia entre las expectativas profesionales del candidato y los objetivos del Máster, así como la adecuación de los conocimientos y experiencias previas del candidato.

Asimismo, la Comisión Académica del Máster podrá acordar formación complementaria para aquellos estudiantes que accedan desde titulaciones de una rama de conocimiento distinta a las ciencias jurídicas y sociales o desde titulaciones de la rama de ciencias jurídicas y sociales no relacionadas con el Máster en Dirección de Empresas Turísticas. En estos casos, la formación complementaria se realizará fuera del programa del Máster, cursando asignaturas previstas en los títulos de Grado en Administración y Dirección de Empresas y Relaciones Laborales y Desarrollo de Recursos Humanos, impartidos en la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Sin perjuicio de lo anterior, la selección se hará en todo caso de acuerdo con los criterios generales de acceso establecidos por la UCLM.

Tras evaluar todas las solicitudes, la Comisión Académica elaborará una relación priorizada con los candidatos que hayan resultado admitidos en el Máster y aquellos otros que pasan a ser candidatos suplentes, indicando, en caso de resultar necesario, las acciones compensadoras que deberán llevar a cabo los alumnos admitidos para subsanar deficiencias que se hubieran advertido al examinar sus solicitud.

Una vez publicadas la lista de admitidos, los solicitantes excluidos dispondrán de un plazo de reclamaciones de 10 días hábiles, que presentarán ante la Comisión de Reforma de Títulos y Planes de Estudio.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Al inicio de cada curso académico, la UCLM y el Centro implicado con esta titulación, ofertan una serie de actividades de apoyo y orientación al estudiante.

Una de las actividades que se ofrecen en la Facultad de Ciencias Sociales son las Jornadas de Bienvenida para los nuevos alumnos, informándoles principalmente sobre:

- Servicios y funcionamiento de la UCLM y del Centro. Se ofrecen charlas por parte de los Directores y/o Subdirectores de los servicios de Deporte Universitario, Cultura y Extensión Universitaria, el Servicio de Tecnología y Comunicación, el coordinador de prácticas de la Facultad, Centro de Prevención, Coordinadores de Titulación, Vicedecanos y Coordinadores de Relaciones Internacionales, donde se da información a los estudiantes sobre: la estructura organizativa del mismo y de la Universidad, servicios, infraestructuras y horarios del Centro y de la Universidad, plazos y normativas importantes, prácticas en empresa, programas de intercambio con otras universidades, calendario académico, plan de estudios, web de centro, documentación de las asignaturas, metodología docente, tutorías docentes, presentación de los coordinadores de titulación y curso, presentación de profesores, etc.
- Servicios y funcionamiento de la Biblioteca del campus de Cuenca. Charla por parte del personal de las Bibliotecas donde se les explica los servicios y el funcionamiento de la Biblioteca. También se hace una visita a la Biblioteca.

Estas y otras actividades vienen realizándose en la Facultad de Ciencias Sociales desde hace varios años, lo que ha permitido mejorarlas en cada edición, y afrontar el futuro con una sólida experiencia que garantiza el éxito de las mismas.

Además, la UCLM presta a todos sus estudiantes estos otros servicios:

1. Acceso a los contenidos específicos de carácter administrativo incluidos en el perfil de acceso del alumno de nuestra página web (www.uclm.es). Podrán encontrar información sobre becas, alojamiento, matrícula, catálogo bibliográfico, etc.
2. En la misma página web podrán encontrar los contenidos académicos y la oferta de servicios de todos los centros de la Universidad.
3. Acceso al buzón del estudiante (<http://www.uclm.es/estudiantes/>) como cauce para canalizar sus consultas de carácter administrativo durante su estancia en la universidad.
4. Cuentas de correo electrónico, bien manteniendo aquella de la que disponían en nuestra Universidad o bien creando nuevas, a través de las cuales se les hace llegar información administrativa puntual sobre determinados procesos (cita previa de matrícula, becas, servicios, etc.).
5. Consulta de sus expedientes administrativos en red a través de la aplicación informática específica.
6. Realización de automatrícula, bien de forma asistida con cita previa en sala o a través de Internet. A tal efecto, se programan acciones formativas en todos los campus por parte de las Unidades de Gestión de Alumnos de Campus. También se les remite un enlace a su cuenta de correo electrónico para descargarse el manual de automatrícula.
7. Servicio de Atención al Estudiante Discapacitado (SAED). Esta Universidad, sensible a los problemas a los que se enfrentan las personas que sufren algún tipo de discapacidad en su incorporación al mundo universitario, puso en marcha el SAED. Este servicio pretende salvar dichas dificultades aportando los elementos de apoyo necesarios para dar una solución individualizada a cada estudiante. La información sobre servicios se encuentra en la siguiente dirección web: http://www.uclm.es/organos/vic_estudiantes/saed/
8. Servicio de Atención Psicopedagógica (SAP). Conscientes de la importancia de una visión más integral del estudiante, el Vicerrectorado de Estudiantes creó el SAP en los campus de esta Universidad. En ellos, además de una atención personalizada, podrán participar en los distintos talleres que desde él se organizan y de los cuales pueden obtener información a través de su página web (http://www.uclm.es/organos/vic_estudiantes/sap/).
9. Oficina de Relaciones Internacionales (ORI). Para aquellos estudiantes que desean, en virtud de los distintos convenios o programas de intercambio que tiene establecidos nuestra Universidad, realizar estancias en otras Universidades, y para aquellos que nos visitan, se pone a su disposición la ORI, la cual, bien a través de su página web (<http://www.uclm.es/ori/>) o de los distintos folletos informativos, facilita información de todo tipo para estos estudiantes.
10. Centro de Información y Promoción del Empleo (CIPE). La Universidad de Castilla-La Mancha pone también a disposición de sus estudiantes y graduados este centro, a través del cual podrán acceder a bolsas de empleo, asesoramiento y orientación laboral, aula permanente de autoempleo, información académico-laboral, o visitar el foro UCLM Empleo que anualmente se convoca con carácter rotatorio en cada uno de los campus y que se constituye como un punto de encuentro imprescindible entre el mundo académico y el profesional. Sus servicios están disponibles en la página web (<https://cipe.uclm.es/>).

Además de las acciones de orientación previstas con carácter general por la UCLM, en el marco de Máster en Dirección de Empresas Turísticas se realizarán las siguientes acciones de apoyo y orientación específicas:

1. Jornadas de recepción de nuevos alumnos. Se celebrará una jornada de acogida destinada a trasladar a los alumnos, entre otros aspectos, una explicación general del plan de estudios, los métodos de coordinación y evaluación que se utilizarán durante el curso y los modos a través de los que podrán contactar con los responsables del programa ante cualquier duda o incidencia, así como una pequeña exposición sobre los medios materiales y servicios que la universidad pone a su servicio. Al finalizar las presentaciones, se producirá la asignación de tutores a cada uno de los alumnos matriculados.
2. Plan de acción tutorial. Mediante este plan se pretende realizar un seguimiento continuado de la evolución y necesidades del alumno, no sólo mediante la resolución de las dudas de carácter académico que se le puedan presentar (que serán atendidas por los profesores de la materia correspondiente) sino también mediante el establecimiento de una relación en la que el tutor conozca directamente todas las incidencias, cuestiones o puntos de mejora que le transmita el alumno, inten-



- tando darle una respuesta rápida y trasladando al Coordinador aquellas cuestiones que pudieran resultar relevantes con carácter general o de cara a futuros cursos académicos.
3. Plan de orientación de las prácticas externas. Con esta acción se pretende establecer una relación directa entre los alumnos que hayan optado por la realización de prácticas externas, su tutor académico y su tutor de la empresa en la que vaya a realizar las prácticas. En el marco de este plan, se celebrará una jornada destinada a la presentación de los alumnos y sus respectivos tutores, como paso previo al mantenimiento de unas relaciones que permitan mantener abiertos cauces de información que permitan conocer todas las incidencias que pudieran producirse durante el desarrollo de las prácticas.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

A los efectos de reconocimiento y transferencia de créditos se aplicará lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por Real Decreto 861/2010, de 2 de julio y en la Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Castilla-La Mancha, aprobado por el Consejo de Gobierno del 18 de junio de 2009 y modificado por Acuerdo de Consejo de Gobierno de 21 de febrero de 2012 (<https://www.uclm.es/misiones/laucm/consejodedireccion/vd/normativa>). Conforme a esta normativa se establecen los siguientes criterios en cuanto al reconocimiento de créditos para este título de Máster:

- Los alumnos que hayan obtenido un título oficial de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero podrán obtener el reconocimiento de créditos por materias previamente cursadas, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del Máster, siempre que tengan un nivel superior al de grado.
- Asimismo, serán objeto de reconocimiento las materias cursadas en la fase docente de Programas de Doctorado regulados por el Real Decreto 778/1998, de Programas Oficiales de Posgrado desarrollados al amparo del Real Decreto 56/2005 o de títulos de Máster desarrollados al amparo del Real Decreto 1993/2007, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del Máster.
- Al reconocimiento de créditos de estudios universitarios en el extranjero se aplicará lo dispuesto en el RD 285/2004, de 20 de febrero por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior y en la Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos la Universidad de Castilla-La Mancha.
- No serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo fin de Máster.
- No serán objeto de reconocimiento en forma de créditos los créditos cursados en enseñanzas universitarias no oficiales conculcadas a la obtención de los títulos referidos en el art. 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades.
- Será objeto de reconocimiento en forma de créditos la experiencia profesional o laboral debidamente acreditada, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. Los criterios para este reconocimiento serán los establecidos en la Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Castilla-La Mancha (art. 7. bis. 1). El número de crédito objeto de reconocimiento por experiencia profesional o laboral y enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15% de los créditos totales del plan de estudios (véase Tabla 5).

Tabla 5. Límites mínimos y máximo de reconocimiento de créditos

Tipo de reconocimiento	% mínimo	% máximo
Reconocimientos por estudios universitarios no oficiales (títulos propios)	0% (0 créditos)	0% (0 créditos)
Reconocimientos por experiencia profesional o laboral	0% (0 créditos)	10% (6 créditos)

En el caso del título de Máster en Dirección de Empresas Turísticas, el máximo de créditos objeto de reconocimiento por experiencia profesional o laboral será de 6 ECTS.

La experiencia profesional o laboral podrá reconocerse cuando su duración sea igual o superior a 6 meses.



En cuanto al tipo y naturaleza de la experiencia profesional o laboral objeto de reconocimiento, se considerará el trabajo realizado en empresas, instituciones y organismos del sector turístico, que permita alcanzar competencias similares a las establecidas en las competencias inherentes a la materia de Prácticas Externas, establecidas en el punto 5.5.9 de esta memoria.

Lo establecido anteriormente se realizará a juicio de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del título de Máster.

En todo caso, el reconocimiento de créditos estará sujeto a los preceptos de la mencionada normativa.

NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Exposición de Motivos.

Con fecha 18 de junio de 2009, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Castilla-La Mancha aprobó la *Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Castilla-La Mancha*, publicada en el Boletín Oficial de la Universidad de Castilla-La Mancha número 128 de noviembre de 2009.

El 3 de julio de 2010 se publicó en el BOE el *Real Decreto 861/2010 que modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales*, modificación que contempla, entre otras cuestiones en su art. 6, aspectos que afectan al reconocimiento y transferencia de créditos relativos a la imposibilidad de reconocer el trabajo fin de grado o máster, señalando la facultad de reconocer la experiencia profesional o laboral, las enseñanzas universitarias no oficiales y las enseñanzas superiores no universitarias.

Con fecha 31 de diciembre de 2010 se publica en el BOE el *Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario*, que se refiere sus art. 6, 7.1 y 17.3 entre otros derechos, a la posibilidad que tienen los estudiantes a que se reconozcan y se validen a efectos académicos los conocimientos y las competencias o la experiencia profesional adquiridas con carácter previo.

Por otra parte, la *Ley Orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, por la que se modifican las Leyes Orgánicas 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial*, publicada en el BOE de 12 de marzo de 2011, promueve en su Disposición Adicional primera la colaboración entre formación profesional superior y la enseñanza universitaria, estableciendo la posibilidad de reconocer créditos entre quienes posean el título de Técnico Superior, o equivalente a efectos académicos, y cursen enseñanzas universitarias de grado relacionadas con dicho título.

Por último, con fecha 16 de diciembre de 2011 se publica en el BOE el *Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior*, que regula el modelo para establecer relaciones directas entre determinadas titulaciones de la enseñanza superior no universitaria y los estudios universitarios oficiales, y que tiene por finalidad principal la promoción y favorecimiento de la movilidad de los estudiantes de formación profesional que deseen cursar estudios universitarios oficiales, y viceversa.

La entrada en vigor de estas nuevas normas requiere introducir las modificaciones necesarias en nuestra normativa de reconocimiento y transferencia de créditos para adaptarla a lo dispuesto en la legislación estatal.

En su virtud, a propuesta del Vicerrectorado de Docencia y Relaciones Internacionales, el Consejo de Gobierno, en su sesión de 21 de febrero de 2012, aprueba la siguiente normativa para el reconocimiento y transferencia de créditos tanto para los estudios de grado como de postgrado.

Capítulo I

Reconocimiento de créditos

Artículo 1. Definición

1.1. Se entiende por reconocimiento de créditos la aceptación por la Universidad de Castilla-La Mancha de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales en esta u otra universidad, son computados en otra distinta a efectos de la obtención de un título oficial. Asimismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

1.2. La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.



1.3. En todo caso, no podrán ser objeto de reconocimiento los Trabajos Fin de Grado o de Máster al estar orientados a la evaluación de las competencias asociadas a los títulos correspondientes.

Artículo 2. Reconocimiento de créditos entre enseñanzas oficiales de Grado

2.1. Reconocimiento de créditos de materias básicas entre enseñanzas de Grado

2.1.1. Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

2.1.2. Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.

2.1.3. El número de créditos de formación básica que curse el estudiante más el número de créditos de formación básica reconocidos, deberán sumar, al menos, el número de créditos de formación básica exigidos en la titulación de grado de destino. De forma voluntaria, el estudiante podrá matricular y cursar más créditos del mínimo exigido en la formación básica para garantizar la formación fundamental necesaria en el resto de materias de la titulación. En este último caso, el estudiante podrá renunciar a la evaluación de las asignaturas cursadas voluntariamente, mediante el procedimiento que la Universidad establezca.

2.2. Reconocimiento de créditos entre enseñanzas de Grado de materias no contempladas en el plan de estudios como formación básica.

2.2.1. El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, bien en otras materias o enseñanzas cursadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal.

2.2.2. Deberá tenerse en cuenta que procederá el reconocimiento cuando se compruebe que los créditos presentan un grado de similitud en competencias, contenidos y cantidad de, al menos, un 60 % con respecto a los módulos, materias y asignaturas de la titulación destino.

2.2.3. Podrán reconocerse créditos optativos conforme a lo establecido en los dos puntos inmediatamente anteriores, aún cuando en la titulación de destino las asignaturas optativas estén organizadas en itinerarios. En este supuesto se dará al estudiante la posibilidad de completar los créditos necesarios para finalizar sus estudios sin necesidad de obtener uno de los itinerarios previstos.

2.2.4. Se deberá reconocer, en todo caso, la totalidad de la unidad certificable aportada por el estudiante. No se podrá realizar un reconocimiento parcial de la asignatura.

2.2.5. Para créditos de Prácticas Externas, podrán reconocerse los créditos superados, en la UCLM o en otra universidad, cuando su extensión sea igual o superior a la exigida en la titulación y cuando su tipo y naturaleza sean similares a las exigidas, a juicio de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del título correspondiente. Las prácticas realizadas por los estudiantes en el marco de los convenios de colaboración educativa realizados por el Centro responsable de la titulación únicamente podrán ser reconocidos cuando en el correspondiente plan de estudios figuren Prácticas Externas con carácter obligatorio u optativo.

Artículo 3. Reconocimiento de créditos entre enseñanzas de grado y títulos del sistema universitario anterior al RD 1393/2007

3.1. Títulos de Grado que sustituyen a títulos de las anteriores enseñanzas en la Universidad de Castilla-La Mancha.

3.1.1. Los estudiantes que hayan comenzado estudios conforme al sistema universitario anterior al regulado en el RD 1393/2007, podrán acceder a las enseñanzas de Grado previa admisión por la Universidad de Castilla-La Mancha conforme a su normativa reguladora y lo previsto en el citado Real Decreto.

3.1.2. En caso de extinción de una titulación en la Universidad de Castilla-La Mancha por implantación de un nuevo título de Grado, la adaptación del estudiante al nuevo plan de estudios implicará el reconocimiento de los créditos superados en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias o asignaturas cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de la titulación de Grado. Cuando tales competencias y conocimiento no estén explicitados o no puedan deducirse, se tomará como referencia el número de créditos y/o los contenidos de las materias cursadas.

3.1.3. Igualmente, se procederá al reconocimiento de los créditos superados que tengan carácter transversal en los nuevos estudios de grado.



3.1.4. Las materias o asignaturas superadas en un plan antiguo de la Universidad de Castilla-La Mancha que no tengan equivalencia con alguna de las del nuevo grado, se incorporarán en el expediente académico del alumno como créditos genéricos de carácter optativo. Si en el proceso de adaptación se completara toda la optatividad requerida, los créditos restantes se pasarán al expediente con el carácter de transferidos.

3.1.5. A estos efectos, los planes de estudios conducentes a los nuevos títulos de Grado contendrán un cuadro de equivalencias en el que se relacionarán las materias o asignaturas del plan o planes de estudios en extinción en la Universidad de Castilla-la Mancha con sus equivalentes en el plan de estudios de la titulación de Grado.

3.2. Reconocimiento de créditos entre estudios diferentes.

El reconocimiento de créditos en una titulación de Grado de las materias o asignaturas superadas en una titulación del sistema universitario anterior al RD 1393/2007, que no haya sido sustituido por dicho título de grado, se regirá por lo establecido en todos los puntos del apartado 2.2.1 y del 2.2.2 de la presente normativa.

Artículo 4. Reconocimiento de créditos correspondientes a títulos de Grado regulados por normativa nacional o comunitaria

4.1. Se reconocerán automáticamente los créditos de los módulos o materias definidos en las Órdenes Ministeriales que establecen los requisitos para la verificación de los títulos universitarios oficiales que habilitan para el ejercicio de una determinada profesión.

4.2. Asimismo, se reconocerán los módulos o materias definidos a nivel europeo para aquellas titulaciones sujetas a normativa comunitaria.

Artículo 5. Reconocimiento de créditos por actividades universitarias

Se podrán reconocer hasta 6 créditos por la participación de los estudiantes en las actividades especificadas en el art. 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, de 21 de diciembre, de acuerdo con la normativa que al efecto estableció la Universidad por acuerdo de Consejo de Gobierno de 5 de octubre de 2011 para el reconocimiento de créditos en estudio de grado por la participación en actividades universitarias, culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación en la UCLM. El número de créditos reconocidos por estas actividades se computarán entre los créditos optativos exigidos en el correspondiente plan de estudios.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Máster Universitario

6.1. Quienes estando en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero, accedan a las enseñanzas conducentes a la obtención de un título de Máster Universitario podrán obtener reconocimiento de créditos por materias previamente cursadas, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del Máster Universitario.

6.2. Igualmente, entre enseñanzas de Máster Universitario, sean de la fase docente de Programas de Doctorado regulados por el Real Decreto 778/1998, de Programas Oficiales de Postgrado desarrollados al amparo del Real Decreto 56/2005 o de títulos de Máster desarrollados al amparo del Real Decreto 1393/2007, serán objeto de reconocimiento las materias cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del título de Máster que se curse en el momento de la solicitud.

6.3. En el caso de títulos oficiales de Máster que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas en España, para los que el Gobierno haya establecido las condiciones a las que han de adecuarse los planes de estudios, se reconocerán los créditos de los módulos definidos en la correspondiente norma reguladora. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.

Artículo 7. Reconocimiento de estudios superiores no universitarios

7.1. En virtud de lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y de acuerdo con los criterios y directrices fijadas por el Gobierno de la Nación, en su caso, el Gobierno de la Comunidad Autónoma y el procedimiento que establezca la Universidad de Castilla-La Mancha, podrán ser reconocidos en titulaciones oficiales de grado estudios cursados en enseñanzas artísticas superiores, en la formación profesional de grado superior, en las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y en las enseñanzas deportivas de grado superior.

7.2. A estos efectos, de conformidad con lo dispuesto en el art.- 77.3 de la Ley 7/2010, de 20 de julio, de Educación de Castilla-La Mancha, y en el art.5.2 del R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior, se promoverán los acuerdos de colaboración necesarios entre la universidad y la Comunidad Autónoma para establecer el reconocimiento de créditos entre estudios de grado y ciclos formativos de grado superior de la formación profesional.



7.3. Cuando una misma enseñanza se imparta en diferentes campus, los centros responsables de la misma deberán acordar los requisitos y procedimiento para el reconocimiento de enseñanzas superiores no universitarias en los mismos términos. En cualquier caso, la Universidad establece que el número máximo de créditos que se podrán reconocer en una titulación de grado por estudios superiores no universitarios será de 54.

Artículo 7. Bis. Reconocimiento de créditos por experiencia profesional o laboral y enseñanzas universitarias no oficiales

7 bis.1. La experiencia profesional o laboral debidamente acreditada, conforme a los criterios establecidos por el Centro responsable de la enseñanza, podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial de Grado o Máster Universitario, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. La Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos tendrá en cuenta los siguientes criterios para reconocer créditos por experiencia laboral o profesional:

- El reconocimiento se aplicará preferentemente en los créditos de prácticas externas (*practicum*) que contemple el plan de estudios o, en su caso, en materias de contenido eminentemente práctico (más del 50 % de los créditos de la materia).
 - El estudiante que solicite el reconocimiento de créditos por experiencia profesional deberá aportar:
 - Solicitud de reconocimiento de créditos en el formato oficial que habilite la Universidad.
 - Certificado de vida laboral expedido por la Seguridad Social.
 - Certificado de la empresa o empresas en las que haya desarrollado la actividad susceptible de reconocimiento en el que el Director de Recursos Humanos o persona que ocupe un puesto de similar responsabilidad certifique las funciones realizadas por el trabajador. En el caso de trabajadores autónomos, no será necesario la aportación de dicho documento, aunque la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Centro podrá requerir la documentación complementaria que considere oportuna.
 - Memoria realizada por el estudiante en la que explique las tareas desarrolladas en los distintos puestos que ha ocupado y en las que, en su opinión, le han permitido obtener algunas de las competencias inherentes al título en el que desea obtener el reconocimiento académico.
 - Las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros, a la vista de la documentación presentada por el estudiante, podrán acordar realizar una entrevista personal para aclarar ciertos aspectos y, en su caso, realizar una prueba de carácter objetivo para valorar las competencias que declara poseer el estudiante.
 - Cuando el reconocimiento de créditos se pretenda aplicar sobre una asignatura que no sean las prácticas externas o que no tenga un carácter práctico, la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos del Centro, si estima que podría ser reconocible, deberá elaborar un informe y remitir la solicitud junto con la documentación aportada por el estudiante a la Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos de la Universidad, que será el órgano responsable de resolver el reconocimiento de créditos de asignaturas por la acreditación de experiencia profesional.
- 7 bis.2. Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias no oficiales conducentes a la obtención de los títulos referidos en el art.- 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. A estos efectos serán reconocibles en las enseñanzas oficiales los créditos obtenidos en estudios universitarios no oficiales que se encuentren inscritos en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) conforme a lo dispuesto en el art. 17 del RD 1509/2008, de 12 de septiembre.
- 7 bis.3. El número de créditos objeto de reconocimiento por experiencia profesional o laboral y enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento de los créditos totales que constituyen el plan de estudios.
- 7 bis.4. Sin perjuicio de lo dispuesto en el punto anterior, los créditos procedentes de títulos propios de la Universidad de Castilla-La Mancha podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado anteriormente o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el título haya sido extinguido y sustituido por un título oficial y así se haga constar expresamente en la memoria de verificación del nuevo plan de estudios.
- 7 bis.5. Las memorias elaboradas para la verificación del Consejo de Universidades de los títulos de Grado y Máster Universitario, deberán incluir, si así lo estima el órgano responsable de las enseñanzas, la posibilidad de recono-



cimiento de créditos por otras enseñanzas universitarias no oficiales y, en su caso, la posibilidad de reconocimiento de la experiencia profesional o laboral en el ámbito de la titulación que el nuevo estudiante pudiera acreditar.

7 bis.6. Cuando una misma enseñanza se imparta en diferentes campus, los centros responsables de la misma deberán acordar los requisitos y procedimiento para el reconocimiento de la experiencia profesional y laboral y enseñanzas universitarias no oficiales en los mismos términos.

Artículo 8. Estudios extranjeros

8.1. Para los estudiantes que soliciten el reconocimiento de los créditos por haber cursado estudios universitarios en el extranjero, se mantiene el régimen establecido por el RD 285/2004, de 20 de febrero, por el que se regulan las condiciones de homologación y convalidación de títulos y estudios extranjeros de educación superior.

8.2. Una vez efectuada la homologación, el reconocimiento de créditos estará sujeto a los preceptos contenidos en la presente normativa.

Artículo 9.- Estudios interuniversitarios y programas de movilidad

En las enseñanzas que se organicen de forma conjunta con otras Universidades españolas o extranjeras, y en los programas de movilidad se estará, en lo concerniente al reconocimiento de créditos, a lo dispuesto en los correspondientes convenios y a los protocolos establecidos por la Universidad de Castilla-La Mancha.

Capítulo II

Transferencia de Créditos

Artículo 10: Definición

10.1. Según la redacción dada por el punto 2 del artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos superados en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

10.2. La transferencia de créditos requiere la previa aceptación del estudiante en las enseñanzas correspondientes.

Artículo 11. Procedimiento

11.1. El procedimiento administrativo para la transferencia de créditos se iniciará a solicitud del interesado, dirigida al Sr. Decano/Director del respectivo Centro, o en su caso, al Coordinador del Máster Universitario.

11.2. Si los créditos cuya transferencia se solicita han sido superados en otro centro universitario, la acreditación documental de los créditos cuya transferencia se solicita deberá efectuarse mediante certificación académica oficial por traslado de expediente, emitida por las autoridades académicas y administrativas de dicho centro.

Capítulo III

Órganos competentes de Resolución, plazos y procedimiento, e incorporación al expediente de los estudiantes el reconocimiento y la transferencia de créditos

Artículo 12. Órganos competentes para la resolución de reconocimiento de créditos en Títulos de Grado y Máster

12.1. Las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros estarán constituidas por cinco miembros designados por el órgano responsable del programa, siendo uno de ellos un representante de los estudiantes. Sus funciones serán:

- Estudio, propuesta y emisión de resolución expresa, sin perjuicio de lo dispuesto en el Art. 7.bis, sobre las solicitudes de reconocimiento de créditos. A tal efecto, las Comisiones podrán solicitar informes a los Departamentos que correspondan. Las resoluciones de reconocimiento deberán dictarse respetando la fecha límite que el Vicerrectorado con competencias en materia de estudiantes fije para cada curso académico al efecto, y, en todo caso, en un plazo máximo de tres meses desde la presentación de la solicitud.

- En la resolución de reconocimiento se deberá indicar el tipo de créditos reconocidos, así como las materias o asignaturas que el estudiante no deberá cursar por considerar que ya han sido adquiridas las competencias correspondientes a los créditos reconocidos.



- Elaborar, en coordinación con los Departamentos que correspondan, tablas de reconocimiento para aquellos supuestos en que proceda el reconocimiento automático de créditos obtenidos en otras titulaciones oficiales de Grado, de la misma o distinta rama de conocimiento, o en titulaciones oficiales de Máster Universitario. Las tablas de reconocimiento serán públicas para informar con antelación a los estudiantes sobre las materias o asignaturas que les serán reconocidas.

- Emitir informe, previamente a su tramitación, sobre los recursos que se puedan interponer respecto al reconocimiento de créditos.

- Las resoluciones de reconocimiento y los acuerdos adoptados sobre las reclamaciones interpuestas contra el reconocimiento serán firmadas por el Presidente de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos correspondiente.

12.2. Se constituirá la Comisión de Reforma de Títulos, Planes de Estudio y Transferencia de Créditos de la Universidad, formada por los vicerrectores con competencias en materia de grado, máster, y ordenación académica, o personas en quien deleguen, un profesor doctor por cada una de las ramas de conocimiento, nombrados por el Consejo de Gobierno a propuesta del Consejo de Dirección, y dos representantes de estudiantes, uno de grado y otro de postgrado, y como secretario, el Director Académico del vicerrectorado con competencias en materia de Grado y Máster.

Sus funciones serán:

- Velar por el correcto funcionamiento de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros en los procesos de reconocimientos de créditos.

- Coordinar a las Comisiones Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros para que exista una línea común de actuación en la aplicación de esta normativa.

- Resolver, en primera instancia, las dificultades que pudieran surgir en los procesos de reconocimiento.

- Revisión de los recursos de alzada que se interpongan a las resoluciones de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Centros.

- Validar las tablas de reconocimiento automáticas que publiquen los Centros.

- Informar los reconocimientos que se puedan establecer entre Ciclos Formativos de Grado Superior y las enseñanzas universitarias, así como los posibles reconocimientos de la experiencia laboral que se pudiera contemplar en los distintos planes de estudios.

- Resolver las propuestas de reconocimiento de créditos de asignaturas por experiencia profesional o laboral, previo informe favorable del Centro responsable de la titulación.

12.3. Contra los acuerdos de las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, se podrá interponer reclamación en el plazo de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente de la recepción de la resolución de reconocimiento.

12.4. Contra los acuerdos adoptados por las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la fase de reclamación, los interesados podrán interponer recurso de alzada ante el Rector, en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de la notificación.

Artículo 13. Plazos y procedimientos

13.1. La Universidad podrá establecer anualmente uno o dos plazos de solicitud para que los estudiantes puedan solicitar el reconocimiento y transferencia de créditos, con el fin de ordenar el proceso en los periodos de matrícula.

13.2. Los expedientes de reconocimiento de créditos se tramitarán a solicitud del interesado en las unidades administrativas que determine la Universidad, quien deberá aportar la certificación académica, así como el plan de estudios de origen y el programa de todas las asignaturas de las que se solicite el reconocimiento, con indicación de las competencias adquiridas.



13.3. Las solicitudes de reconocimiento de créditos tendrán su origen en materias o asignaturas realmente cursadas y superadas, en ningún caso se referirán a materias o asignaturas previamente reconocidas, convalidadas o adaptadas.

13.4. Aquellos estudiantes solicitantes de transferencia de créditos que hayan cursados sus enseñanzas en una Universidad distinta de la UCLM deberán aportar los documentos oficiales requeridos para hacer efectiva la incorporación de la información a su expediente académico.

Artículo 14. Incorporación al expediente del reconocimiento y la transferencia de créditos

14.1. Los créditos, encuadrados en la unidad formativa evaluada y certificada, se incorporarán al nuevo expediente del estudiante con el literal, la tipología, el número de créditos y la calificación obtenida en el expediente de origen, con indicación de la Universidad en la que se cursaron (Asignatura cursada en la titulación T, Universidad U).

14.2. Si al realizarse el reconocimiento, se modificara la tipología de los créditos origen, se indicará en el expediente la tipología de origen pero también se hará constar el tipo de créditos reconocidos en destino.

14.3. Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del suplemento Europeo al Título.

14.4. Con objeto de facilitar la movilidad entre universidades integradas en el Espacio Europeo de Educación Superior, en las certificaciones académicas de los títulos oficiales que se expidan a los estudiantes deberán incluirse los siguientes aspectos:

- Rama de conocimiento a la que se adscribe el título
- En caso de profesiones reguladas, referencia de la publicación oficial en la que se establezcan las condiciones del plan de estudios y requisitos de verificación.
- Materias de formación básica a las que se vinculan las correspondientes materias o asignaturas, y
- Traducción al inglés de todas las materias y asignaturas cursadas por el estudiante.

14.5. El reconocimiento de créditos en estudios de Grado o Máster por enseñanzas universitarias no oficiales, por enseñanzas superiores no universitarias o por experiencia profesional o laboral, previo abono del precio público correspondiente, se incorporará sin calificación, por lo que no computará a efectos de baremación del expediente.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

En las enseñanzas de Máster Universitario se habilita a la correspondiente Comisión Académica del Máster para que actúe como Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de ese título.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Las convalidaciones de estudios para titulaciones no adaptadas al EEES, seguirán rigiéndose conforme a los criterios establecidos en el Anexo I del *Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional*, sin perjuicio de que serán las Comisiones de Reconocimiento y Transferencia de Créditos establecidas en la presente normativa las competentes para dictar las correspondientes resoluciones.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Queda derogada la *Normativa sobre Adaptación a los nuevos Planes de Estudio de la UCLM*, aprobada en Junta de Gobierno de 20 de julio de 1999.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente normativa entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Universidad tras su aprobación en Consejo de Gobierno.



4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

Para aquellos alumnos que no tengan formación previa en Administración y Dirección de Empresas, Economía y Turismo, será necesario realizar un plan complementario formativo vinculado a adquirir conocimientos adicionales del grado en Administración de Empresas que cursarán en la misma Facultad de Ciencias Sociales. Así, estos conocimientos complementarios estarían asociados a tres áreas y tres asignaturas de carácter básico que suponen la base del Máster: Organización de Empresas, Contabilidad y Marketing. De esta forma los alumnos cuyo perfil de ingreso así lo requiera necesitarán cursar las cuatro asignaturas del Grado en ADE:

Asignatura: 54319 CONTABILIDAD DE COSTES

Asignatura: 54320 DIRECCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

Asignatura: 54321 DIRECCIÓN FINANCIERA

Asignatura: 54327 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

A continuación se detalla el contenido, resultados de aprendizaje, actividades formativas y sistemas de evaluación de estas tres materias de complementos formativos, tal y como aparecen en sus respectivas guías docentes del Grado en Administración y Dirección de Empresas, impartido en la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca:

Asignatura: 54319 CONTABILIDAD DE COSTES

(<https://guiae.uclm.es/vistaPrevia/23418/999>)

Contenidos:

Tema 1. El sistema de información en la empresa.

Tema 2. Análisis y clasificación de los costes. Métodos de cálculo y estadísticas de costes.

Tema 3. Costes de los factores de producción.

Tema 4. Modelo de costes por órdenes de fabricación.

Tema 5. Modelo de costes por departamentos.

Tema 6. Modelo de costes por secciones homogéneas.

Tema 7. Modelo de costes por actividades. Sistema ABC

Tema 8. Modelos de Full-Cost y Direct Cost. Conceptos y diferencias.

Tema 9. La producción y la Contabilidad de Gestión. Modelo de costes conjuntos.

Tema 10. Planificación, presupuestación y modelos de costes estándar.

Resultados de aprendizaje:

Resultados propios de la asignatura:

- Escuchar, negociar, persuadir y defender argumentos oralmente o por escrito.
- Conocer la normativa y los sistemas contables que conducen a la obtención, análisis e interpretación de información externa e interna a la empresa para la toma de decisiones de los distintos agentes interesados en ella, como accionistas, directivos, clientes, empleados o administración pública.
- Resolver problemas de forma creativa e innovadora.
- Buscar información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.
- Asumir una responsabilidad social y ética en la toma de decisiones.

Resultados adicionales:

- La asignatura de Contabilidad de Costes se imparte en el tercer curso de los estudios de Grado en Administración y Dirección de Empresas, durante el primer cuatrimestre. Permite la elaboración de información, desde el ámbito interno de la empresa. El campo de estudio de la asignatura se centra en el ámbito interno de la empresa, en el estudio de las relaciones de costes, de producción y de beneficios, en que se fundamenta la actividad económica y productiva de las organizaciones.



Aporta una visión sobre la perspectiva interna de la empresa, mediante la utilización de todas las herramientas relacionadas con el estudio de los costes de la empresa y la aplicación de distintos modelos de cálculo.

- Forma parte del proceso de gestión de la empresa, relacionada con la planificación estratégica, control de gestión y control de actividades y favorece el proceso de toma de decisiones. Se convierte en una herramienta muy útil para la profesión, puesto que permite adquirir a los alumnos competencias para la elaboración de información para facilitar el proceso de toma de decisiones y el control de gestión de las organizaciones.

Actividades formativas:

- Enseñanza presencial (teoría).
- Enseñanza presencial (prácticas).
- Resolución de problemas o casos (presencial).
- Elaboración de informes o trabajos (autónoma).
- Otra actividad no presencial (autónoma).
- Estudio o preparación de pruebas (autónoma).
- Prueba final (presencial).

Sistemas de evaluación:

- Prueba final (70%).
- Resolución de problemas o casos (30%).

Asignatura: 54320 DIRECCIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

(<https://guiae.uclm.es/vistaPrevia/31556/999>)

Contenidos:

Tema 1 El plan de marketing

Tema 2 Diseño y gestión de productos

Tema 3 Diseño y gestión de los servicios

Tema 4 Decisiones sobre nuevos productos y servicios

Tema 5 Estrategia de marca

Tema 6 Precios

Tema 7 Sistema de distribución comercial

Tema 8 Empresas mayoristas, minoristas y distribución física

Tema 9 Comunicación comercial

Tema 10 Organización de ventas

Resultados de aprendizaje:

Resultados propios de la asignatura:

- Buscar información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.
- Aplicar las herramientas y métodos para el análisis cuantitativo de la empresa y su entorno.
- Conocer los procesos orientados a crear, comunicar, suministrar e intercambiar productos y servicios en el mercado que tienen valor para clientes, empresas y sociedad en general.

Resultados adicionales:

- Relacionar el marketing con las diferentes áreas y actividades del sistema empresarial.
- Pensar en la gestión de marketing de las empresas bajo una perspectiva de mercado y las fuerzas que en él operan.



- Transmitir al alumno los conceptos, terminología y filosofía propios del área de marketing.
- Identificar el conjunto de actividades de política de producto, precio, distribución y comunicación comercial a disposición de la empresa.
- Comprender el proceso general de planteamiento de decisiones relativas a cada una de las variables de marketing para el desarrollo eficiente de un plan de marketing.

Actividades formativas:

- Enseñanza presencial (teoría).
- Enseñanza presencial (prácticas).
- Elaboración de informes y trabajos (autónoma).
- Presentación de trabajos o temas (presencial).
- Prueba final (presencial).
- Estudio o preparación de pruebas (autónoma).

Sistemas de evaluación:

- Prueba final (60%).
- Pruebas de progreso (30%).
- Resolución de problemas o casos (5%).
- Valoración de la participación con aprovechamiento en clase (5%).

Asignatura: 54321 DIRECCIÓN FINANCIERA

(<https://guiae.uclm.es/vistaPrevia/31724/999>)

Contenidos:

Tema 1 Introducción

Tema 2 Valoración de bonos y obligaciones y estructura temporal de tipos de interés

Tema 3 El apalancamiento financiero

Tema 4 Decisiones de inversión en ambiente de incertidumbre

Tema 5 Teoría de la estructura de capital óptima de la empresa

Tema 6 Política de dividendos

Tema 7 Reestructuración empresarial

Resultados de aprendizaje:

Resultados propios de la asignatura:

- Asumir una responsabilidad social y ética en la toma de decisiones.
- Escuchar, negociar, persuadir y defender argumentos oralmente o por escrito.
- Buscar información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.
- Aplicar las teorías y enfoques de análisis económico para explicar el comportamiento de los agentes económicos.
- Conocer el intercambio de recursos económicos a lo largo del tiempo entre los individuos, empresas e instituciones financieras, lo que implica el análisis de las decisiones de inversiones y financiación en la empresa, la teoría de carteras, la valoración de activos y el funcionamiento de los mercados financieros.

Actividades formativas:

- Enseñanza presencial (teoría).
- Enseñanza presencial (prácticas).
- Resolución de problemas o casos (presencial)



- Otra actividad no presencial (autónoma)
- Estudio o preparación de pruebas (autónoma).
- Prueba final (presencial).

Sistemas de evaluación:

- Prueba final (70%).
- Otro sistema de evaluación (30%).

Asignatura: 54327 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

(<https://guiae.uclm.es/vistaPrevia/31400/999>)

Contenidos:

Tema 1 La naturaleza de la dirección estratégica

Tema 2 Misión, objetivos y valores de la empresa

Tema 3 Análisis del entorno de la empresa

Tema 3.1 Entorno general

Tema 3.2 Entorno competitivo

Tema 4 Análisis interno de la empresa

Tema 5 Estrategias y ventajas competitivas

Tema 6 Estrategias competitivas según el tipo de industria

Tema 7 Direcciones de desarrollo estratégico de una empresa

Tema 8 Evaluación e implantación de estrategias

Resultados de aprendizaje:

Resultados propios de la asignatura:

- Escuchar, negociar, persuadir y defender argumentos oralmente o por escrito.
- Buscar información, su análisis, interpretación, síntesis y transmisión.

Resultados adicionales:

- Comprender los conceptos propios de la Dirección Estratégica y aplicarlos en los casos prácticos de empresa.
- Comprender las interrelaciones existentes entre la empresa y el entorno, identificando las amenazas y oportunidades del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Identificar las diferentes estrategias competitivas y corporativas que implementan las empresas.

Actividades formativas:

- Enseñanza presencial (teoría).
- Enseñanza presencial (prácticas).
- Elaboración de informes o trabajos (autónoma).
- Tutorías de grupo (presencial)
- Estudio o preparación de pruebas (autónoma).
- Prueba final (presencial).

Sistemas de evaluación:



- Prueba final (70%).
- Otro sistema de evaluación (30%).



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
Enseñanza presencial (Teoría)		
Enseñanza presencial (Prácticas)		
Tutorías individuales		
Tutorías de grupo		
Resolución de problemas o casos (presencial)		
Talleres o seminarios		
Foros y debates en clase		
Prácticas externas		
Prácticas en aulas de ordenadores		
Prueba final		
Presentación de trabajos o temas		
Elaboración de informes o trabajos		
Elaboración de memorias de Prácticas		
Foros y debates on-line		
Estudio o preparación de pruebas		
Lectura de artículos y reseñaciones		
Resolución de problemas o casos		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/Lección magistral		
Resolución de ejercicios y problemas		
Prácticas		
Seminarios		
Estudio de casos		
Autoaprendizaje		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Pruebas escritas y/o orales (presencial)		
Informes		
Trabajos y/o casos		
Participación en clase		
Memoria de actividades		
Trabajo Fin de Máster		
5.5 NIVEL 1: Herramientas para la Dirección		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Análisis Económico de Mercados Turísticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis Económico de Mercados Turísticos		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Capacidad para aplicar las herramientas del Análisis económico al mercado e industria del turismo, con la finalidad de describir y predecir fenómenos relacionados con la actividad turística, y orientar la acción de la administración pública y los diferentes agentes intervinientes en el sector.</p> <p>Reforzar los fundamentos teóricos necesarios en otras áreas de conocimiento.</p> <p>Capacidad para integrar problemáticas afines (p.ej. medioambientales) en el análisis de la actividad turística.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tema 1. Microfundamentos de la demanda</p> <p>1.1 Elección óptima (Neoclásica) y demanda de características (Lancaster).</p> <p>1.2. La influencia del contexto social en la elección.</p> <p>Tema 2. La industria turística</p>		



- 2.1. Perfiles y principales características de los subsectores turísticos.
- 2.2. Concentración y grado de competencia.
- 2.2. Integración vs. coordinación.
- Tema 3. Mercados turísticos no-competitivos
- 3.1. Estructura-Conducta-Resultado
- 3.2. Teoría de juegos y oligopolio.
- 3.3. Relaciones verticales.
- Tema 4. Economía ambiental y turismo.
- 4.1. Externalidades y bienes públicos.
- 4.2. Análisis coste-beneficio.
- 4.3. Valoración de recursos ambientales.
- Tema 5. Intervención pública en el sector turístico.
- 5.1. La política turística en la UE, España y comunidades autónomas.
- 5.2. Planificación del desarrollo territorial sostenible.
- 5.3. Evaluación de las políticas públicas en el sector turístico.
- Tema 6. Fiscalidad del sector turístico.
- 6.1. Fiscalidad y actividad económica
- 6.2. Análisis del sistema tributario y su incidencia en el sector turístico.
- 6.3. Imposición específica de la actividad turística

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

El objetivo de esta asignatura es proporcionar una visión analítica del sector turístico tal que sea susceptible de ser analizado con las herramientas habituales del Análisis Económico, con un interés especial en el desarrollo y crecimiento de la actividad turística y su grado de competitividad, la sostenibilidad ambiental y su potencial para contribuir al desarrollo económico de un territorio. Se estudia la lógica de actuación de los agentes públicos en la empresa turística y se dedica atención a la fiscalidad del sector turístico.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT2 - Correcta comunicación oral y escrita.

CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - Formular sistemas de modelización de los impactos de la actividad turística para la toma de decisiones empresariales.

CE15 - Distinguir el destino turístico como un sistema para el diagnóstico estratégico, con visión innovadora y proactiva.

CE1 - Manejar herramientas de análisis económico, tales como modelos de competencia perfecta e imperfecta, teoría de juegos y costes de transacción, para comprender el funcionamiento del mercado y las empresas turísticas.

CE3 - Valorar la actividad turística y su contribución al desarrollo sostenible del territorio a partir de las herramientas que proporciona la Microeconomía.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	16	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	14	100



Resolución de problemas o casos (presencial)	4	100
Talleres o seminarios	3	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	20	0
Foros y debates on-line	10	0
Estudio o preparación de pruebas	31	0
Lectura de artículos y reseñaciones	20	0
Resolución de problemas o casos	30	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/Lección magistral		
Estudio de casos		
Autoaprendizaje		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	30.0	70.0
Trabajos y/o casos	30.0	70.0
NIVEL 2: Gestión de Información Contable y Análisis de Estados Financieros en Empresas Turísticas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión de Información Contable y Análisis de estados Financieros en Empresas Turísticas		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Conocer las diferentes fuentes de información contable para la toma de decisiones.</p> <p>Comprender el proceso de formación de costes en las empresas turísticas y los diferentes modelos de cálculo que pueden aplicarse.</p> <p>Conocer el proceso de planificación y control a través de los presupuestos.</p> <p>Aprender a identificar factores clave para la toma de decisiones.</p> <p>Elaborar e implantar un Cuadro de Mando Integral de evaluación y control de la actividad turística.</p> <p>Controlar factores clave del éxito empresarial a través de la utilización de cuadros de mando.</p> <p>Uso y manejo de software especializado en contabilidad de gestión y analítica en empresas turísticas.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tema 1. Información contable externa y sistemas de gestión en las empresas e instituciones turísticas (EIT)</p> <p>1.1 Información económico financiera en el ámbito de las EIT</p> <p>1.2 La contabilidad de gestión y su aplicación a las EIT</p> <p>1.3 Modelos de costes aplicados a las EIT</p> <p>Tema 2. Gestión estratégica de costes en EIT (Uniform system of accounts for the lodging industry, USALI)</p> <p>2.1 Estructura de USALI</p> <p>2.2 La cuenta de resultados</p> <p>2.3 Criterios de asignación de ingresos y costes</p> <p>Tema 3. Presupuestos y control presupuestario para la dirección de EIT</p> <p>3.1 Presupuestación a corto y largo plazo.</p> <p>3.2 Presupuesto maestro: elaboración y cuestiones específicas de las EIT</p> <p>3.3 Control de gestión a través de presupuestos en las EIT</p> <p>Tema 4. Control de gestión mediante indicadores y targets estratégicos (ratios e indicadores, Yield Management) para la dirección de EIT</p> <p>4.1 Costes y targets estratégicos</p> <p>4.2 Diseño e implantación de indicadores de gestión en las EIT</p> <p>4.3 Los puntos de intervención y control en la gestión hotelera</p> <p>Tema 5. Los costes de la calidad en la gestión de la calidad total en las EIT</p> <p>5.1 La calidad del servicio a través de indicadores</p> <p>5.2 Gestión de la calidad total en las EIT</p>		



5.3 Herramientas para la gestión de la calidad total en las EIT

Tema 6. Diseño e implantación del Balance Scorecard y su utilidad para el control de gestión de las EIT

6.1 Diseño e implantación de Balances Scorecard

6.2 El Balance Scorecard y su utilidad para el control de gestión de las EIT

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

El objetivo de esta asignatura es el de potenciar en el alumno las habilidades necesarias para la correcta elaboración y presentación de información útil para la toma de decisiones de gestión, con especial énfasis en temas de gestión de información contable, análisis de costes, presupuestación y toma de decisiones. Se trata, en definitiva, de introducir al alumno en el conocimiento y manejo de los sistemas de información contable que tiene como objetivo contribuir a la toma de decisiones de gestión en las empresas turísticas. La asignatura es desarrollada con el uso de las nuevas tecnologías, el uso del programa Excel, facilita el manejo y presentación de la información así como la elaboración de información para el análisis económico-financiero y de costes a partir de los datos contables basados en herramientas específicas relacionadas con la gestión en empresas turísticas.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

CT3 - Comunicar ideas complejas de manera efectiva a todo tipo de audiencias.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE6 - Desarrollar e implantar herramientas de cálculo relevantes para la toma de decisiones (Uniform System of Accounts for Hotels, cuadros de mando, programas informáticos de optimización multi-objetivo y de simulación de escenarios) en las Empresas e Instituciones Turísticas (EIT), adaptándolas a las condiciones particulares de cada una de ellas.

CE7 - Manejar herramientas de análisis contable para elaborar, analizar e interpretar el contenido de los Estados Financieros y decidir sobre su utilidad para la toma de decisiones de gestión en las empresas turísticas.

CE8 - Diseñar cuadros de mando que le permitan controlar los factores clave para la gestión de las EIT.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	10	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	12	100
Foros y debates en clase	3	100
Prácticas en aulas de ordenadores	12	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	30	0
Foros y debates on-line	14	0
Estudio o preparación de pruebas	40	0
Resolución de problemas o casos	27	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo/Lección magistral

Resolución de ejercicios y problemas

Autoaprendizaje

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	30.0	70.0
Trabajos y/o casos	30.0	70.0

NIVEL 2: Métodos y técnicas de análisis en turismo

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Métodos y técnicas de análisis en turismo		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Conocer y analizar las principales fuentes de información estadística para describir el sector turístico español.</p> <p>Capacidad para la obtención, análisis y evaluación de información relevante que permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias turísticas.</p> <p>Conocer los principales métodos de obtención de información, tanto cuantitativos como cualitativos.</p> <p>Profundizar en los métodos y técnicas estadísticas de análisis de información turística.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		



Tema 1. Introducción a los métodos y técnicas de análisis en turismo

1.1 Fuentes de información turística

1.2 Análisis descriptivo del turismo

1.3 Escalas de medida en investigación turística

Tema 2. Segmentación y estacionalidad en turismo

2.1 Tipos de segmentación.

2.2 Segmentación y eficiencia de mercado.

2.3 Estacionalidad en Turismo, tipología, causas y consecuencias.

Tema 3. Técnicas de investigación cualitativas

3.1 Recogida de datos turísticos

3.2 La entrevista

3.3 Otras técnicas cualitativas: estudio de casos y focus groups

Tema 4. Técnicas de investigación mixtas

4.1 Método de observación

4.2 Pseudocompra y comprador misterioso

4.3 El método Delphi

Tema 5. Técnicas de investigación cuantitativas

5.1 Análisis de datos cuantitativos en turismo

5.2 La encuesta

5.3 Introducción al análisis multivariante

Tema 6. Investigación de mercados turísticos

6.1 Muestreo en mercados turísticos

6.2 Presentación de resultados en mercados turísticos

6.3 Aplicaciones de investigación en mercados turísticos

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

El objetivo de la materia es desarrollar su capacidad de búsqueda y análisis de la información en materia turística. Para ello se debe proporcionar a los alumnos de los conocimientos y las herramientas para saber diseñar un trabajo de investigación en turismo. Se deben desarrollar las capacidades de toma de decisiones aplicadas a la empresa o institución turística en base a la información disponible. La materia se divide en cuatro bloques fundamentales; introducción a la investigación en materia de turismo, técnicas cuantitativas, mixtas y técnicas cualitativas para el análisis.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE12 - Manejar las metodologías cuantitativas univariantes y multivariantes adecuadas y formularlas para problemas de dirección empresarial específicos.

CE21 - Manejar técnicas de recogida y análisis de datos en entornos turísticos.

CE22 - Interpretar y evaluar con espíritu crítico los resultados obtenidos en la investigación en turismo.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS



ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	15	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	12	100
Resolución de problemas o casos (presencial)	10	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	38	0
Estudio o preparación de pruebas	40	0
Resolución de problemas o casos	33	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/Lección magistral		
Resolución de ejercicios y problemas		
Autoaprendizaje		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	40.0	70.0
Informes	15.0	30.0
Trabajos y/o casos	15.0	30.0
5.5 NIVEL 1: Dirección Estratégica		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Dirección estratégica de empresas turísticas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección estratégica de empresas turísticas		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Comprender la dirección de las empresas turísticas desde un enfoque estratégico, profundizando en las premisas en las que se apoya este esquema de dirección general como niveles de estrategia, formulación e implantación de estrategias empresariales -crecimiento e internacionalización-.</p> <p>Comprender la complejidad de la dirección estratégica de los recursos humanos en las empresas del sector turístico, derivada de la diversidad de características de las personas, grupos o múltiples elementos internos y externos.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tema 1. Diagnóstico estratégico de las empresas turísticas</p> <p>1.1 Concepto y proceso de la estrategia</p> <p>1.2 Objetivo estratégico: creación de valor</p> <p>1.3 Análisis interno y externo de la empresa</p> <p>Tema 2. Estrategias competitivas y corporativas de las empresas turísticas</p> <p>2.1 Estrategias competitivas</p> <p>2.2 Estrategias de desarrollo y crecimiento</p> <p>2.3 Gestión de empresas diversificadas</p> <p>Tema 3. Internacionalización de las empresas turísticas</p> <p>3.1 Competitividad internacional</p> <p>3.2 Estrategias de internacionalización</p> <p>3.3 Gestión de la empresa internacional</p> <p>Tema 4. Gestión estratégica de los intangibles: El factor humano</p> <p>4.1 Planificación estratégica de los recursos humanos</p> <p>4.2 Nuevos enfoques en la gestión de los recursos humanos</p> <p>4.3 Gestión del conocimiento y aprendizaje organizativo</p> <p>Tema 5. Cultura organizativa y habilidades directivas</p> <p>5.1 Estilos de liderazgo y gestión del cambio</p> <p>5.2 Comunicación estratégica y estilos de negociación</p> <p>5.3 Motivación de los recursos humanos</p>		



Tema 6. Responsabilidad social corporativa

6.1 La ética en las empresas turísticas

6.2 Instrumentos de gestión de la RSC

6.3 Indicadores de gestión de la RSC

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

En esta materia se plantea un enfoque global de la dirección de empresas, que a partir de la relación de la empresa con su entorno, se identifican las oportunidades y amenazas externas, así como las fortalezas y debilidades internas. También se analizan los recursos y capacidades que tiene la empresa y cómo se deben incluir en la formulación de las estrategias con el fin de crear ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Actualmente el entorno de las empresas en general y del sector turístico en particular, se caracteriza por ser muy cambiante e impredecible, es un ambiente turbulento en el que se suceden muchos cambios y muy rápidamente. En este contexto, mediante la toma de decisiones, las empresas (directivos) tienen que dar respuesta a esos cambios. El paradigma estratégico, que es el dominante en el ámbito de la administración empresarial, sirve para desarrollar un conjunto de herramientas estratégicas que facilitan y mejoran el proceso decisional orientado a la consecución de los objetivos universales de rentabilidad, eficiencia y economicidad de las empresas turísticas.

La visión estratégica en la administración de empresas turísticas requiere un cambio en la forma de dirigir centrado en una actitud proactiva consistente en adaptarse al entorno con fines de supervivencia y desarrollo. En concreto, las empresas, a partir del análisis estratégico, formulan diversas estrategias de crecimiento y desarrollo que deben ser evaluadas y posteriormente implantadas. En este sentido, la gestión de los recursos humanos y la cultura organizativa son factores claves para el éxito para la puesta en marcha de una estrategia, considerándose los elementos clave del soporte organizativo.

Los procesos de comunicación, gestión del tiempo, desarrollo de la creatividad, el liderazgo y la cultura organizativa, basados en la habilidad y capacidad de las personas, son principalmente los factores que marcan la diferenciación en la dirección de empresas. De modo que la dirección de recursos humanos en las empresas turísticas se debe entender desde una perspectiva estratégica y como un elemento prioritario en la gestión del cambio organizativo.

Por tanto, la dirección estratégica en el ámbito turístico constituye el más adecuado modelo-sistema de dirección basado en la estrategia como un conjunto de herramientas directivas clave para dar respuesta rápida a los cambios del entorno.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT3 - Comunicar ideas complejas de manera efectiva a todo tipo de audiencias.

CT4 - Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE10 - Preparar e implantar los diferentes procesos de gestión de los recursos humanos, de acuerdo con las particularidades de las empresas turísticas.

CE14 - Desarrollar herramientas estratégicas directivas que posibiliten y optimicen la dirección de empresas turísticas en el entorno actual.

CE4 - Evaluar el entorno de la empresa turística y formular estrategias de dirección que generen ventajas competitivas.

CE5 - Diagnosticar y evaluar los recursos y capacidades de la empresa turística para implantar estrategias de rentabilidad económica.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	18	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	15	100
Talleres o seminarios	4	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	40	0
Estudio o preparación de pruebas	46	0
Resolución de problemas o casos	25	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo/Lección magistral



Seminarios		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	60.0	70.0
Trabajos y/o casos	30.0	40.0
NIVEL 2: Estrategias de Marketing Turístico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de marketing turístico		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO	OTRAS
No	No
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<p>El resultado de la asignatura permite interpretar los principales indicadores de estado y evolución de los mercados; así como profundizar en los procesos orientados a comunicar, suministrar e intercambiar productos y servicios en el mercado turístico, que tienen valor para clientes, empresas y sociedad en general. Así como relacionar el marketing con las diferentes áreas y actividades del sistema empresarial.</p> <p>Todo ello permite capacitar al alumno en la gestión y dirección de marketing de las empresas turísticas, formulando e implantando estrategias comerciales adecuadas propias de una empresa o destino turístico.</p>	
5.5.1.3 CONTENIDOS	
<p>Tema 1. Gestión de marketing en servicios turísticos: plan de marketing</p> <p>1.1 Características diferenciales de los servicios turísticos y sus implicaciones para la gestión del marketing</p> <p>1.2 Planificación de marketing de los servicios turísticos</p> <p>1.3 Gestión estratégica en e-tourism</p> <p>Tema 2. Mercado turístico: conocimiento, atención y fidelización</p> <p>2.1 Sujetos básicos del marketing turístico.</p> <p>2.2 Tendencias y dinámicas en los mercados turísticos</p> <p>2.3 El rol del usuario y el papel de los empresarios</p> <p>Tema 3. La investigación de mercados y su uso en la gestión de marketing de empresas turísticas</p> <p>3.1 La gestión de la información: proceso de decisión y obtención de datos</p> <p>3.2 Gestión de la información en e-tourism (data mining business intelligence)</p> <p>3.3 Analítica web: indicadores (KPIs), medición, procesamiento y análisis</p> <p>Tema 4. Gestión de demanda y gestión de relaciones con clientes</p> <p>4.1 Comportamiento de compra del consumidor en turismo: nuevas identidades turísticas, segmentación y comportamiento online</p> <p>4.2 El proceso de compra turística: influencia de factores internos y externos</p> <p>4.3 Gestión de herramientas para la captación, fidelización y optimización de relaciones con el cliente: lealtad, tratamiento de quejas, web 2.0, CRM y e-CRM en turismo</p> <p>Tema 5. Estrategias de promoción y comunicación: instrumentos y nuevas plataformas</p> <p>5.1 Fundamentos de la comunicación turística: herramientas y planes de promoción en turismo</p> <p>5.2 Gestión de la comunicación turística corporativa y promocional</p> <p>5.3 Plan de medios: Comunicación integrada off-online</p> <p>Tema 6. Estrategias de precios y revenue management en servicios</p> <p>6.1 Estrategias de tarificación turística: discriminación, paridad, enmascaramiento, precios dinámicos e interactivos, booking y overbooking</p> <p>6.2 Influencia de las tecnologías en el precio: estrategias online de precios en el sector turístico</p> <p>6.3 Estrategias de precios con intermediarios: tour operadores y agencias de viaje</p> <p>Tema 7. Estructura de la distribución comercial en el sector turístico y estrategias de eCommerce</p> <p>7.1 Intermediarios comerciales en turismo, canal de distribución y gestión de la cadena de valor</p> <p>7.2 Comercialización online en turismo (GDS, CRS, plataformas de pago) e integración con off-line</p> <p>7.3 Nuevas tendencias en distribución turística: omnicanalidad, consume colaborativo, tiempo real</p>	
5.5.1.4 OBSERVACIONES	
JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA	



La asignatura Estrategias de Marketing Turístico tiene como objetivo principal que el alumno aprenda los conceptos y las herramientas clave de la comercialización de productos y servicios turísticos; para entender la función y gestión estratégica y operativa de Marketing dentro de las organizaciones del sistema empresarial, y en el marco de un entorno dinámico y competitivo.

Al mismo tiempo se pretende la consecución de habilidades y capacidades necesarias para desempeñar las funciones de planificación y gestión de marketing en todo tipo de organizaciones turísticas. Así como capacitar al estudiante para analizar y tomar decisiones relativas al diseño y gestión de un plan de marketing integrado en la empresa.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

CT3 - Comunicar ideas complejas de manera efectiva a todo tipo de audiencias.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE15 - Distinguir el destino turístico como un sistema para el diagnóstico estratégico, con visión innovadora y proactiva.

CE16 - Diseñar e implementar estrategias de distribución comercial y de promoción en el sector turístico que incorporen las nuevas oportunidades de negocio emergentes.

CE18 - Proponer estrategias para la organización y gestión de negocios turísticos y definición de destinos y recursos turísticos.

CE5 - Diagnosticar y evaluar los recursos y capacidades de la empresa turística para implantar estrategias de rentabilidad económica.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	22	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	12	100
Talleres o seminarios	3	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	25	0
Estudio o preparación de pruebas	46	0
Resolución de problemas o casos	40	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo/Lección magistral

Resolución de ejercicios y problemas

Prácticas

Seminarios

Estudio de casos

Trabajo dirigido o tutorizado

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	50.0	60.0
Trabajos y/o casos	30.0	40.0
Participación en clase	10.0	20.0

NIVEL 2: Dirección financiera de la empresa turística

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3



	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Dirección Financiera de la Empresa Turística		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Proporcionar al alumno los conocimientos relativos a las modernas técnicas de dirección y gestión financiera, bajo una perspectiva empresarial y de un modo integrador. Asimismo, se pretende proporcionar una formación práctica que le aporte al alumno las herramientas e instrumentos de decisión necesarios para gestionar el departamento económico-financiero de cualquier empresa turística.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tema 1. La gestión financiera de las empresas turísticas</p> <p>1.1 Las necesidades operativas de financiación propias del sector turístico</p> <p>1.2 Características específicas de los distintos subsectores</p> <p>1.3 Herramientas de financiación a corto plazo</p> <p>Tema 2. Las fuentes de financiación y el coste de capital de la empresa turística</p> <p>2.1 El riesgo financiero del sector turístico y la rentabilidad exigida</p>		



- 2.2 Fuentes de financiación a largo plazo
- 2.3 El coste medio de capital
- Tema 3. La gestión de riesgos en la empresa turística
 - 3.1 Riesgo operativo y reputacional en el sector turístico
 - 3.2 Técnicas de gestión de riesgos empresariales
 - 3.3 Gestión de riesgos con operaciones fuera de balance
- Tema 4. La gestión financiera internacional en la empresa turística
 - 4.1 El riesgo de variación de los tipos de cambio
 - 4.2 Los mercados de divisas
 - 4.3 Gestión del riesgo de divisa con activos derivados
- Tema 5. La valoración de las empresas turísticas
 - 5.1 Rentabilidad y riesgo marginal de nuevos proyectos de inversión
 - 5.2 Sensibilidad a las tasas de interés: la duración implícita
 - 5.3 Valoración analógico bursátil en el sector turístico

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

En la dirección de empresas en general, y del sector turístico en particular, la dirección financiera juega un papel fundamental tanto a nivel estratégico como operativo por lo que la formación en este campo resulta imprescindible en la formación integral de los futuros directores de empresas turísticas. Por ello, esta asignatura se dirige a resaltar los aspectos más relevantes que configuran conceptualmente la dirección financiera de una empresa, aportando ejercicios y casos prácticos de fácil estudio y comprensión.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT3 - Comunicar ideas complejas de manera efectiva a todo tipo de audiencias.

CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE9 - Elaborar instrumentos de planificación en empresas turísticas, como el plan de negocio, el plan de viabilidad y/o plan de inversión e integrarlos en proyectos que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.

CE17 - Implementar técnicas de dirección financiera basadas en la modelización del valor de los activos financieros y en la gestión de los riesgos financieros en las empresas del sector turístico.

CE6 - Desarrollar e implantar herramientas de cálculo relevantes para la toma de decisiones (Uniform System of Accounts for Hotels, cuadros de mando, programas informáticos de optimización multi-objetivo y de simulación de escenarios) en las Empresas e Instituciones Turísticas (EIT), adaptándolas a las condiciones particulares de cada una de ellas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	5	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	5	100
Tutorías de grupo	5	100
Resolución de problemas o casos (presencial)	10	100
Talleres o seminarios	7	100
Prácticas en aulas de ordenadores	5	100
Prueba final	2	100



Elaboración de informes o trabajos	40	0
Estudio o preparación de pruebas	25	0
Resolución de problemas o casos	46	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/Lección magistral		
Resolución de ejercicios y problemas		
Seminarios		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	30.0	70.0
Trabajos y/o casos	30.0	70.0
NIVEL 2: Innovación y emprendedurismo en el sector turístico		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Innovación y emprendedurismo en el sector turístico		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Entender la estrategia de innovación como una herramienta competitiva para las empresas turísticas que es clave en entornos complejos, dinámicos y hostiles.

Comprender los diferentes procesos de gestión del conocimiento desarrollados por la empresa y las implicaciones estratégicas y organizativas de los mismos.

Identificar los factores clave de éxito en la creación y desarrollo de empresas en el sector turístico, así como conocer el proceso de puesta en marcha de un negocio en el este sector.

Desarrollar las competencias necesarias para generar habilidades emprendedoras e innovadoras.

Conseguir conocimientos sólidos y prácticos para desarrollar habilidades de gestión avanzadas y nuevos enfoques del emprendimiento en el sector turístico.

Desarrollar la capacidad creativa para buscar y/o generar ideas de negocio, evaluando su potencial innovador, determinando su viabilidad técnica, económica y social en el sector turístico.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Dinámica de la innovación

1.1 Innovación y economía del conocimiento

1.2 El proceso innovador y la generación de modelos de innovación

1.3 Los agentes de la innovación: Sistemas de innovación y políticas de innovación

Tema 2. Particularidades de la innovación en el sector turístico

2.1 Cultura organizativa y comportamiento innovador

2.2 Proceso de innovación en las empresas turísticas

2.3 Eco-innovación y sostenibilidad en el sector turístico

Tema 3. Estrategia de innovación en las empresas turísticas

3.1 Diseño de productos y servicios turísticos

3.2 Explotación de las innovaciones

3.3 Apropiabilidad de los resultados de la innovación

Tema 4. La empresa turística en la era digital

4.1 El rol de las TIC en el sector turístico

4.2 Modelos de negocio en el sector turístico

4.3 Creatividad y búsqueda de ideas de negocio

Tema 5. Emprendimiento en el sector turístico

5.1 Iniciativa emprendedora y el proceso de emprender

5.2 Factores condicionantes del emprendimiento

5.3 Las habilidades del emprendedor

Tema 6. Desarrollo de proyectos de negocio en el sector turístico



- 6.1 Evaluación de ideas de negocio
- 6.2 El plan de negocio
- 6.3 La puesta en marcha de un proyecto de negocio en el sector turístico

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

En esta materia se profundiza en las estrategias basadas en la gestión del conocimiento como herramientas a partir de las cuales la empresa puede generar y sostener ventajas competitivas en entornos complejos y dinámicos. Los alumnos podrán comprender las razones por las que se adoptan determinadas estrategias de conocimiento atendiendo a factores como el tipo de entorno, el modelo de negocio, la estrategia competitiva de la empresa o la necesidad de aprendizaje y reacción a las estrategias de las empresas competidoras.

Además, esta materia contribuye a la comprensión del concepto de emprendimiento y sus implicaciones en la sociedad actual. Asimismo se profundiza en los principales mecanismos que permiten crear nuevos productos y servicios turísticos, así como poner en marcha un determinado proyecto empresarial en el sector turístico, considerado un contexto complejo donde existe una gran diversidad de oportunidades de negocio. Para ello, esta materia capacitará a los alumnos para desarrollar habilidades empresariales que les permitan reconocer y aprovechar las oportunidades del entorno. Además, proporcionará la base necesaria para mejorar la capacidad creativa e innovadora de los alumnos, que son los factores determinantes del éxito sostenible en el ámbito empresarial del sector turístico.

Por tanto, es esencial que los alumnos conozcan en profundidad todas las fases del proceso de creación de empresas, desde la generación de ideas innovadoras de negocio, pasando por la evaluación y planificación de proyectos de negocio, hasta la puesta en marcha de los mismos; con especial atención a la dirección eficiente de la empresa en los primeros años de vida, para conseguir su supervivencia y desarrollo. Bajo este marco, se debe hacer especial hincapié en las nuevas necesidades emergentes, lo que llevará a analizar nuevas sub-industrias, nichos e industrias híbridas del sector turístico.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT4 - Aplicar los principios éticos y de responsabilidad social como ciudadano y como profesional.

CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE11 - Construir y consolidar la iniciativa, el espíritu emprendedor y el liderazgo necesarios para poner en marcha proyecto de empresa en el sector turístico.

CE18 - Proponer estrategias para la organización y gestión de negocios turísticos y definición de destinos y recursos turísticos.

CE19 - Integrar estrategias de innovación y emprendimiento en el sector turístico para evaluar la viabilidad de un proyecto de turismo empresarial y planificar su puesta en marcha.

CE20 - Establecer procesos de innovación y emprendedurismo en las empresas turísticas orientados al desarrollo de nuevos productos y servicios y/o a procesos organizativos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	18	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	15	100
Talleres o seminarios	4	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	40	0
Estudio o preparación de pruebas	46	0
Resolución de problemas o casos	25	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo/Lección magistral

Seminarios

Estudio de casos

Trabajo dirigido o tutorizado

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------



Pruebas escritas y/o orales (presencial)	60.0	70.0
Trabajos y/o casos	30.0	40.0
NIVEL 2: Diseño y desarrollo de productos turísticos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Diseño y desarrollo de productos turísticos		
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
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>El resultado de la asignatura es conocer y desarrollar procesos orientados a crear productos y servicios en el mercado turístico; utilizando para ello técnicas adecuadas de desarrollo de ideas y planificación de productos, a menudo en un contexto de investigación.</p>		



Así como capacitar al alumno en la implantación y gestión de estrategias de producto adecuadas, con la finalidad de desarrollar productos y servicios competitivos en los mercados, y con un posicionamiento adecuado a las características del destino.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Definición y composición de destinos y productos turísticos

1.1 Recursos turísticos y destinos turísticos

1.2. Otros componentes del producto turístico: apps turísticas, accesorios móviles, geolocalización y realidad aumentada

1.3 Tendencias en el desarrollo de productos: intereses especiales en turismo

Tema 2. Construcción y gestión de la marca turística

2.1 La marca como estrategia de diferenciación: valor y gestión de marca

2.2 Proceso de construcción de la marca turística

2.3 City branding, place branding, destination branding y marca país

Tema 3. Imagen de destino y generación de valor

3.1 Imagen del destino: elementos, imagen percibida y proyectada

3.2 El modelo de valor entregado en cambio permanente: la suma de costes y beneficios percibidos

3.3 Creación y gestión de la propuesta de valor: Gestión de calidad del servicio (Q de Calidad turística, modelo EFQM), benchmarking, clusters turísticos, co-creación

Tema 4. Posicionamiento de destinos y productos turísticos

4.1 Políticas y herramientas de posicionamiento de destinos turísticos

4.2 Impacto socio-económico y medioambiental del posicionamiento elegido para un destino

4.3 El papel de las agencias de desarrollo local en la valoración de productos y reestructuración de destinos

Tema 5. Investigación de productos turísticos

5.1 Fuentes de información y toma de decisiones en turismo

5.2 La investigación de mercados turísticos off y online

5.3 Web 2.0 como fuente de información turística: gestión de información

Tema 6. Proceso de creación de nuevos productos turísticos

6.1 Diagnóstico del potencial turístico: Recursos y valoración

6.2 Metodología de elaboración del producto: El proceso de creación del producto responsable

6.3 Planificación, análisis e implementación de los productos turísticos

Tema 7. La innovación y diferenciación de productos en el sector turístico

7.1 Diseño web y su influencia en el eCommerce turístico

7.2 Marketing de experiencias turísticas: Gestión de redes sociales

7.3 Estrategias colaborativas: role de los stakeholders en la creación de productos

5.5.1.4 OBSERVACIONES

JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA

La asignatura Diseño y desarrollo de productos turísticos tiene como objetivo principal que el alumno aprenda los conceptos y las herramientas clave de la creación de productos y servicios turísticos; que otorguen un posicionamiento estratégico al destino turístico.

Para ello, es necesario conocer y comprender los productos turísticos existentes en la actualidad y sus principales características; así como las posibilidades de diferenciación que estos poseen, prestando especial importancia a las políticas de marca, imagen y generación de valor.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

No existen datos



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.		
CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE18 - Proponer estrategias para la organización y gestión de negocios turísticos y definición de destinos y recursos turísticos.		
CE20 - Establecer procesos de innovación y emprendedurismo en las empresas turísticas orientados al desarrollo de nuevos productos y servicios y/o a procesos organizativos.		
CE5 - Diagnosticar y evaluar los recursos y capacidades de la empresa turística para implantar estrategias de rentabilidad económica.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Enseñanza presencial (Teoría)	22	100
Enseñanza presencial (Prácticas)	12	100
Talleres o seminarios	3	100
Prueba final	2	100
Elaboración de informes o trabajos	25	0
Estudio o preparación de pruebas	46	0
Resolución de problemas o casos	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Método expositivo/Lección magistral		
Resolución de ejercicios y problemas		
Prácticas		
Seminarios		
Estudio de casos		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	50.0	60.0
Trabajos y/o casos	30.0	40.0
Participación en clase	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Módulo de Aplicación		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Prácticas externas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas externas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de integrar sus conocimientos y habilidades para dirigir, gestionar y administrar empresas turísticas.</p> <p>Asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional.</p> <p>Habilidad para utilizar las tecnologías de la información en los distintos ámbitos de la organización de las empresas turísticas.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Prácticas profesionales realizadas en una empresa u organización del sector turístico, buscando integrarse en dicha empresa y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión encomendada, facilitando su inserción en el mercado laboral.</p> <p>Observación y ejercicio de actividades propias de la dirección y gestión de empresas turísticas</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>Se atribuye la siguiente distribución de valoraciones. Valoración del Tutor de la Empresa (Mínimo 30%/Máximo 30%) y Valoración del tutor Académico (Mínimo 70%/Máximo 70%). Este sistema de Valoración es acorde con Normativa de prácticas académicas externas de los estudiantes de la Universidad de Castilla-La Mancha (Aprobada por Acuerdo del Consejo de Gobierno de 26 de febrero de 2013).</p> <p>JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA</p> <p>La inserción de esta materia dentro del programa de Máster se justifica por la necesidad de integrar al alumno en una empresa donde poder desempeñar con soltura las labores encomendadas, facilitando una mejor inserción en el mercado laboral y siendo el comienzo de su carrera profesional. Las prácticas externas favorecen una relación directa entre los alumnos, el tutor académico y el tutor de la empresa en la que se realizan dichas prácticas. En este sentido, se pretende acercar al alumno a la práctica profesional y contribuir al desarrollo de competencias y habilidades directivas, de gestión y planificación relacionadas con el sector turístico, adquiridas en el Máster. El alumno realizará prácticas en la cadena de hoteles NH, que opera bajo las marcas NH Hotels, NH Collection, Nhow y Hesperia Resorts. NH Hotels Group es una de las 25 cadenas hoteleras más grandes del mundo, que opera con cerca de 400 establecimientos hoteleros, con casi 60.000 habitaciones en 28 países de Europa, América y África.</p>		



5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
No existen datos		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT2 - Correcta comunicación oral y escrita.		
CT1 - Capacidad para utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Elaborar instrumentos de planificación en empresas turísticas, como el plan de negocio, el plan de viabilidad y/o plan de inversión e integrarlos en proyectos que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.		
CE1 - Manejar herramientas de análisis económico, tales como modelos de competencia perfecta e imperfecta, teoría de juegos y costes de transacción, para comprender el funcionamiento del mercado y las empresas turísticas.		
CE2 - Manejar herramientas avanzadas de coyuntura económica que permitan identificar, evaluar y usar la información para la toma de decisiones en entornos de gestión de empresas turísticas.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías individuales	5	100
Prácticas externas	120	100
Elaboración de memorias de Prácticas	25	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Autoaprendizaje		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Informes	30.0	70.0
Memoria de actividades	30.0	70.0
NIVEL 2: Trabajo fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Ser capaz de desarrollar un proyecto tutorizado que le permita aplicar las competencias desarrolladas en el Máster.</p> <p>Ser capaz de presentar y defender ante un tribunal constituido a tal efecto el proyecto desarrollado.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Presentación y defensa de un Trabajo Fin de Máster, integrador de los contenidos formativos recibidos y de las competencias alcanzadas por el alumno.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>JUSTIFICACIÓN DE LA MATERIA</p> <p>El Trabajo Fin de Máster supone la realización por parte del alumno de un proyecto, memoria o estudio original, en el que, de forma individual y bajo la supervisión de un tutor, demuestre su habilidad para aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el seno del Máster.</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
No existen datos		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT2 - Correcta comunicación oral y escrita.		
CT5 - Aplicar el pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando capacidad de innovación.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Elaborar instrumentos de planificación en empresas turísticas, como el plan de negocio, el plan de viabilidad y/o plan de inversión e integrarlos en proyectos que conduzcan a la innovación y desarrollo del negocio.		
CE1 - Manejar herramientas de análisis económico, tales como modelos de competencia perfecta e imperfecta, teoría de juegos y costes de transacción, para comprender el funcionamiento del mercado y las empresas turísticas.		
CE2 - Manejar herramientas avanzadas de coyuntura económica que permitan identificar, evaluar y usar la información para la toma de decisiones en entornos de gestión de empresas turísticas.		



5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías individuales	4	100
Tutorías de grupo	2	100
Talleres o seminarios	5	100
Presentación de trabajos o temas	2	100
Elaboración de informes o trabajos	97	0
Lectura de artículos y reseñaciones	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Seminarios		
Trabajo dirigido o tutorizado		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas y/o orales (presencial)	10.0	30.0
Trabajo Fin de Máster	70.0	90.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Castilla-La Mancha	Catedrático de Universidad	6.3	100	11,1
Universidad de Castilla-La Mancha	Profesor Contratado Doctor	62.5	100	40,7
Universidad de Castilla-La Mancha	Profesor Titular de Universidad	31.3	100	48,2
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

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

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
80	15	90
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

<p>Las competencias definidas en la memoria de verificación del título son valoradas por dos vías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A través de la evaluación de cada una de las materias: en cada una de las guías docentes, que para la Universidad de Castilla Mancha son electrónicas, con formato único y públicas sin restricción de acceso alguno, se definen: <ol style="list-style-type: none"> a. El profesorado responsable de la materia y encargado de evaluar las competencias definidas en dicha materia. b. Requisitos previos de la materia. c. Justificación en el plan de estudios, relación con otras asignaturas/materias y con la profesión. d. Competencias de la titulación que la materia contribuye a alcanzar. e. Objetivos o resultados de aprendizaje esperados. f. Temario / Contenidos. g. Actividades o bloques de actividad y metodología de enseñanza aprendizaje. h. La metodología de evaluación, incluyendo la modalidad y temporalidad de la evaluación. i. Secuencia de trabajo, calendario, hitos importantes e inversión temporal. j. Bibliografía y recursos. 1. A través de la evaluación del Trabajo Fin de Máster: Mediante la realización de esta actividad se evalúan todas las competencias definidas en el título. La evaluación de esta actividad la realizan los Tribunales de Evaluación de los Trabajos Fin de Máster supervisados, a su vez, por la Comisión de Evaluación de Trabajos Fin de Máster. <p>El seguimiento de los resultados del aprendizaje se realizan a través de los indicadores descritos en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad del Título y son analizados, tal y como se describe en el 'procedimiento de medición, análisis y mejora', por la Comisión de Garantía Interna de la Calidad y las propuestas de mejora son incorporadas al 'informe anual de mejoras del título'. La difusión de los resultados se realiza a través del 'procedimiento de información pública' recogido en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad.</p>
--

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	https://www.uclm.es/misiones/lauclm/areas-gestion/area-asistenciadireccion/-/media/8276B24B8A364F2C82BB1444BA3409B7.ashx
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2018
Ver Apartado 10: Anexo 1.	



10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede, al tratarse de un título de nueva implantación que no sustituye a ningún otro.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
02633318W	JOSÉ MANUEL	CHICHARRO	HIGUERA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.chicharro@uclm.es	629055381	926295465	Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
50172450C	JOSÉ JULIÁN	GARDE	LÓPEZ-BREA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
julian.garde@uclm.es	680222323	926295385	Rector
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
02633318W	JOSÉ MANUEL	CHICHARRO	HIGUERA
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Altagracia, 50	13071	Ciudad Real	Ciudad Real
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.chicharro@uclm.es	629055381	926295465	Vicerrector de Estudios, Calidad y Acreditación

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

Resolución Agencia de calidad / Informe del SIGC: Ver Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1.



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : APARTADO 2 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 7713F9157D7FC4F1C635B3EF9B5CAC700D5450EF

Código CSV : 272636961187737043893484

Ver Fichero: APARTADO 2 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : APARTADO 4.1 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 3487301260E0EA70C09BC7CFDFB7F33D012903B9

Código CSV : 272638249343606024883987

Ver Fichero: APARTADO 4.1 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : APARTADO 5 13OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 28F2D63209482F93FCD4F7CDA8037B90FFFFBC31

Código CSV : 272907965947267566826511

Ver Fichero: APARTADO 5 13OCTUBRE2017.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : APARTADO 6.1 CON ANEXOS 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 97F13A12CF007FF914A500C49B66ED42899DEFE5

Código CSV : 272641297174722915222093

Ver Fichero: APARTADO 6.1 CON ANEXOS 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : APARTADO 6.2 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 5EA70A5FF1160FAAB295583E8F445D9E855EFFCB

Código CSV : 272642079436299660125080

Ver Fichero: APARTADO 6.2 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : APARTADO 7 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 2907667802FBC54952DCC8729C76AE942993024B

Código CSV : 272642142607197266705837

Ver Fichero: APARTADO 7 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : APARTADO 8.1 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : AE65EE163AE9BB44080B5CEE69D2B0FB2C573A0D

Código CSV : 272642208283878821801919

Ver Fichero: APARTADO 8.1 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : APARTADO 10.1 10OCTUBRE2017.pdf

HASH SHA1 : 34A70F928E9EA90FCA25B293C91B5E1F153CF435

Código CSV : 272643609043570466480770

Ver Fichero: APARTADO 10.1 10OCTUBRE2017.pdf



Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre : 231213-IF ANECA MODIF NO SUSTANCIALES.pdf

HASH SHA1 : 21DCE6A7DED8091F5ADAAF4E7E9388D3A69F3B13

Código CSV : 705952911864846803455550

Ver Fichero: 231213-IF ANECA MODIF NO SUSTANCIALES.pdf



