



instituto
universitario
de posgrado

Universidad de Alicante
Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad Carlos III de Madrid
Santillana Formación

GUÍA DIDÁCTICA
Máster en Dirección y Gestión Turística
12ª Edición 2010-2011



Índice

● Introducción al Máster	3
● Objetivos del Máster	5
● Estructura del Máster.....	6
● Contenido de los módulos	8
● Autoría y docencia de los módulos.....	14
● Plan de trabajo.....	17
● Actividades y criterios de evaluación.....	19
● Estudiar en el IUP.....	20

Introducción al Máster

En los últimos tiempos, la actividad turística se ha consolidado como una de las actividades económicas más dinámicas e importantes en términos de generación de renta y empleo. De hecho, el volumen de negocio generado por el turismo y las expectativas de crecimiento futuro han permitido que se otorgue a esta actividad el calificativo de “primera industria del siglo XXI”.

La vertiginosa evolución del mercado turístico, junto con un entorno altamente competitivo, requieren la adaptación de las empresas y los destinos turísticos, generando nuevas oportunidades de negocio. En este contexto, los procesos de toma de decisiones en el ámbito del turismo requieren una gestión profesional, sólida, creativa y receptiva ante la innovación, que requiere la permanente actualización de profesionales, a la vez que genera nuevas tareas e, incluso, perfiles laborales, que requieren una formación adaptada a los requerimientos de la evolución del mercado y del entorno.

El Máster en Dirección y Gestión Turística responde a esta necesidad mediante un programa formativo orientado a profesionales que aspiran a asumir nuevas responsabilidades, a emprendedores que quieren hacer realidad un proyecto de empresa, o a titulados universitarios deseosos de desarrollar su actividad profesional en el campo del turismo.

La estructura del Máster permite atender las necesidades individuales de formación del alumno, ofreciéndole una formación multidisciplinar e integradora, donde la especificidad del hecho turístico constituye el eje vertebrador del programa formativo, y no un añadido a contenidos más o menos convencionales. La orientación práctica, directamente vinculada a situaciones profesionales, se convierte en el elemento clave del proceso de aprendizaje.

Además, con la finalidad de satisfacer plenamente las necesidades formativas del alumno, el Máster se ha diseñado de forma que el alumno puede elegir entre dos itinerarios alternativos de especialización: la especialidad de empresas turísticas y la especialidad de gestión de destinos turísticos; que permiten dirigir la formación del alumno a sus propias necesidades de aprendizaje.

Un avanzado sistema de aprendizaje *e-learning* permite, además, una adaptación flexible de la dedicación del alumno a sus necesidades. El planteamiento docente del programa formativo se rige por los siguientes principios de actuación:

- **Aprendizaje interactivo.** Las situaciones profesionales cuya solución acomete el alumno no sólo tienen una decidida orientación práctica sino que también fomentan el intercambio de ideas con otros alumnos y, por supuesto, permiten una comunicación directa y constante entre profesor y alumno.
- **Enfoque multidisciplinar.** Las distintas disciplinas que concurren en la gestión de las empresas y actividades turísticas están representadas en el programa formativo: dirección y gestión de empresas, economía, marketing, sociología, geografía, gestión financiera, etc.
- **Carácter integral.** El programa abarca las distintas manifestaciones de la actividad turística y los subsectores empresariales a los que da lugar (alojamiento, intermediación, empresas de turismo activo, etc.). Asimismo integra la interrelación existente entre la empresa y el destino turístico en sus múltiples dimensiones, desde la aportación del turismo al desarrollo territorial a la necesidad de fórmulas de colaboración público-privada.
- **Orientación hacia la innovación y actualización de contenidos.** El cuadro docente garantiza la permanente actualización de los contenidos del curso, así como la incorporación al programa de las

innovaciones en la dirección y gestión turística y de los avances producidos por la creciente investigación relacionada con el turismo.

- **Vocación internacional.** La evolución del mercado turístico reclama una formación con una perspectiva claramente internacional de acuerdo con los procesos de globalización que afectan al turismo y que requieren una adecuada adaptación por parte de empresas y organizaciones turísticas.

Objetivos del Máster

El Máster en Dirección y Gestión Turística proporciona una formación especializada que permite asumir responsabilidades de dirección y gestión en empresas y organizaciones turísticas, en concreto:

- Ofrece una formación de posgrado que reconoce la complejidad del hecho turístico y aporta, desde una perspectiva interdisciplinar, los conocimientos necesarios para la gestión del turismo en los ámbitos público y/o privado.
- Responde a los nuevos requerimientos que la evolución del mercado turístico provoca en los procesos de toma de decisiones relacionados con la gestión de empresas y organizaciones turísticas.
- Aporta una especialización formativa en el campo del turismo a profesionales procedentes de otras titulaciones relacionadas con la actividad turística.
- Capacita para la dirección, gestión y organización de empresas e instituciones turísticas.
- Confiere los conocimientos y habilidades necesarias para el ejercicio de la dirección de las distintas áreas de las empresas y organizaciones turísticas: operaciones, económico-financiera, marketing, gestión de recursos humanos, etc.
- Proporciona una visión general del negocio turístico y las claves de la gestión de los distintos subsectores.
- Aporta una visión integrada y dinámica de la actividad turística que permite aprovechar las oportunidades de negocio existentes.
- Contribuye a la inserción de principios éticos en los procesos de dirección y gestión turística.
- Fomenta una cultura de calidad y mejora continua en los ámbitos de gestión pública y empresarial.
- Facilita la adaptación del uso de nuevas tecnologías en los procesos de toma de decisiones.

El Máster en Gestión y Dirección Turística está especialmente dirigido a:

- Directivos, técnicos y profesionales de la empresa que precisen ampliar su formación en el área de la gestión turística.
- Mandos intermedios y profesionales que aspiran a asumir nuevas responsabilidades.
- Emprendedores que quieren hacer realidad un proyecto de empresa.
- Responsables de gestión de entidades públicas vinculados a los destinos turísticos.
- Responsables de planificación territorial de destinos turísticos.
- Titulados universitarios deseosos de especializarse y desarrollar su actividad profesional en el campo del turismo.

Estructura del Máster

Con la finalidad de adaptar los contenidos del Máster a las necesidades formativas de los diferentes alumnos, el Máster se ha estructurado a partir de un conjunto de módulos que los alumnos deben trabajar a lo largo del curso académico.

Aún cuando proponer una secuencia lógica única en el proceso de aprendizaje de las distintas áreas de conocimiento no es un tema cerrado, la existencia de un orden en la realización de las tareas de los distintos módulos permite al alumno resolver progresivamente las situaciones propuestas en el módulo que está desarrollando, a la vez que le sirve como un input más para las situaciones propuestas en módulos siguientes.

La estructura del Máster consta de una serie de ocho módulos troncales y obligatorios que introducen al alumno en las especificidades del sector turístico desde una perspectiva multidisciplinar, abordando cuestiones tan diversas como la estructura del mercado turístico, los procesos de comercialización e investigación de mercados o las nuevas tecnologías aplicadas en el sector. El itinerario de aprendizaje propuesto consiste en cursar secuencialmente los ocho módulos troncales obligatorios y sus tareas en el orden establecido.

A continuación, el alumno elige entre dos alternativas de especialización relacionadas con el doble ámbito privado/público de participación en el sector: empresas turísticas (A) o gestión de destinos turísticos (B). Cada una de estas alternativas consta de tres módulos específicos.

Por un lado, la **especialidad de empresas turísticas** se centra en las particularidades que plantean la dirección y gestión de las empresas turísticas. Adicionalmente, se incluye un módulo relativo a la creación de empresas turísticas, que detalla los principales recursos necesarios para iniciar la actividad empresarial y conocer las implicaciones económicas de las decisiones tomadas.

Por otro lado, la **especialidad de gestión de destinos turísticos** aborda todos aquellos aspectos relacionados con la planificación estratégica de los destinos, la importancia del patrimonio como recurso turístico y la organización profesional de eventos.

Una vez cursados todos los módulos del Máster, el alumno realizará un examen final de curso, vinculado con los contenidos presentados. Este examen, constituye la garantía de que el estudiante asimila los diferentes contenidos propuestos y la constatación de que ha integrado lo desarrollado en el Máster.

El alumno tiene la obligación de cursar todos los módulos que constituyen la parte docente del Máster. La superación con resultado positivo de un mínimo del 80% de los créditos impartidos y la aprobación del examen final dan derecho al título correspondiente emitido por las universidades que integran el Instituto Universitario de Posgrado.

MÓDULOS TRONCALES (comunes) 53 ECTS	
<p>Módulo 1. Estructura del mercado turístico</p> <p>Módulo 2. Dirección estratégica de la empresa turística</p> <p>Módulo 3. Marketing e investigación de mercados turísticos</p> <p>Módulo 4. Gestión financiera de la empresa turística</p> <p>Módulo 5. Gestión de los Recursos Humanos en turismo</p> <p>Módulo 6. Nuevas Tecnologías y Turismo</p> <p>Módulo 7. Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas</p> <p>Módulo 8. Gestión de empresas y complejos de ocio y turismo</p>	
Módulos de la especialidad en Empresas Turísticas (A) 18 ECTS	Módulos de la especialidad en Gestión de Destinos Turísticos (B) 18 ECTS
<p>Módulo 9-A. Dirección y gestión hotelera</p> <p>Módulo 10-A. Dirección y gestión de empresas mayoristas y de intermediación turística</p> <p>Módulo 11-A. Creación de empresas turísticas</p>	<p>Módulo 9-B. Planificación y gestión de destinos turísticos</p> <p>Módulo 10-B. Turismo y gestión del patrimonio natural y cultural</p> <p>Módulo 11-B. Gestión de eventos</p>

Contenido de los módulos

El Máster en Dirección y Gestión Turística tiene **73 ECTS (71 créditos correspondientes a 11 módulos formativos más 2 créditos del examen o evaluación final)**, lo que equivale a un total de 1825 horas de trabajo de trabajo del alumno.

La estructura del Máster en módulos es la que sigue:

Módulos troncales obligatorios en los dos itinerarios

Módulo 1. Estructura del mercado turístico

Objetivos:

Profundizar en los aspectos básicos imprescindibles para una adecuada comprensión del hecho turístico, mediante una aproximación a las pautas generales de funcionamiento de este mercado. Se aspira, así, a facilitar a los profesionales del sector turístico una mayor racionalidad en el proceso de toma de decisiones de planificación en su tarea de gestión al frente de entidades públicas y privadas.

Contenidos:

1. Turismo internacional: estructura y prospectiva.
2. Turismo y desarrollo económico.
3. Política y organizaciones turísticas.
4. Planificación, diseño y desarrollo de destinos y productos turísticos.
5. Información, promoción y comercialización de destinos y productos turísticos.

Créditos: 6

Módulo 2. Dirección estratégica de la empresa turística

Objetivos:

Ofrecer al alumno una visión general de la dirección de una empresa, remarcando la necesidad de pensar a largo plazo y de coordinar e integrar los distintos departamentos funcionales, proporcionando una serie de herramientas y marcos conceptuales de análisis y toma de decisiones estratégicas.

Contenidos:

1. Análisis externo en el sector turístico.
2. Análisis interno de la empresa turística.
3. Estrategia competitiva de la empresa turística.
4. Estrategia de integración vertical en el sector turístico.
5. Estrategia de diversificación de la empresa turística.
6. Estrategia de internacionalización de la empresa turística.
7. Fusiones y adquisiciones de empresas turísticas.
8. Estrategia de cooperación entre empresas turísticas.
9. Implantación de la estrategia en la empresa turística: el Cuadro de Mando Integral.

Créditos: 9

Módulo 3. Marketing e investigación de mercados turísticos

Objetivos:

Estudiar los principales aspectos del marketing aplicados al sector turístico, lo que conduce a analizar los factores que influyen en el comportamiento del turista, examinar las aplicaciones y particularidades de los instrumentos de marketing en Turismo: producto, precio, distribución y comunicación, desarrollar el Plan de Marketing Turístico, y describir la importancia de la investigación comercial en la empresa turística, proporcionando las herramientas necesarias para la búsqueda y análisis de información, con la finalidad de solucionar los problemas de marketing y facilitar la toma de decisiones.

Contenidos:

1. Comportamiento del turista.
2. Segmentación y posicionamiento turístico.
3. El producto turístico y la fijación de precios.
4. Intermediación y promoción turística.
5. Planificación estratégica de destinos turísticos.
6. Investigación de mercados turísticos.

Créditos: 7

Módulo 4. Gestión financiera de la empresa turística

Objetivos:

Ofrecer soluciones a los problemas que se presentan en la toma de decisiones financieras, de forma que éstas sean las más convenientes para la empresa en cada situación. Las finanzas nos permiten determinar de qué forma los recursos escasos (financieros) se asignan a través del tiempo a varias alternativas. Las decisiones financieras presentan dos características: que implican un coste y que se obtienen unos beneficios realizados a lo largo del tiempo y no son conocidos con certeza por quien toma la decisión financiera.

Contenidos:

1. Proyectos de inversión: valoración y selección.
2. Fuentes de financiación y sus costes.
3. Análisis económico-financiero de empresas turísticas.
4. Planificación financiera de la empresa turística.

Créditos: 6

Módulo 5. Gestión de los Recursos Humanos en turismo

Objetivos:

Intentar acercar al alumno a la dirección de recursos humanos de una empresa turística. En este acercamiento se analizarán desde aspectos generales como los relativos a la función de recursos humanos, hasta aspectos más concretos, como las políticas y prácticas de contratación, formación o retribución.

Contenidos:

1. Los recursos humanos como elemento estratégico de la empresa turística.

2. Planificación de recursos humanos.
3. Contratación.
4. Formación y desarrollo.
5. Evaluación del rendimiento y retribución.
6. Habilidades directivas.

Créditos: 7

Módulo 6. Nuevas Tecnologías y Turismo

Objetivos:

Conocer las principales características de las nuevas tecnologías con una especial atención a las que más afectan a las empresas turísticas.

Contenidos:

1. Aplicaciones de las bases de datos a la gestión turística.
2. Diseño, promoción y publicidad de sitios web turísticos.
3. Servicios telemáticos de información y reservas: GDS y CRS.
4. Negocio electrónico en el turismo.
5. Software para la gestión y dirección de empresas Hoteleras y de intermediación turística.

Créditos: 6

Módulo 7. Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas

Objetivos:

Estudiar dos aspectos que van a ser esenciales para mantener y mejorar la competitividad y rentabilidad de las empresas, así como su excelencia: la consideración de la gestión de la calidad y la gestión medioambiental. Se examinan las dos normas internacionales ISO 9001 e ISO 14001 relativas, respectivamente, a la gestión de la calidad y la gestión medioambiental.

Contenidos:

1. Excelencia en la gestión de empresas turísticas.
2. Certificación del sistema de gestión de la calidad.
3. Gestión sostenible de empresas turísticas.
4. Certificación del sistema de gestión medioambiental.

Créditos: 6

Módulo 8. Gestión de empresas y complejos de ocio y turismo

Objetivos:

Reflexionar sobre el concepto actual de ocio y en especial sobre aquellas actividades que constituyen su dimensión comercial o productiva.

Analizar la problemática específica relativa a la gestión de determinadas empresas de ocio: navieras de cruceros y de charter náutico, puertos deportivos, estaciones náuticas y de esquí, campos de golf y parques temáticos.

Contenidos:

1. La gestión de empresas de ocio.

2. La gestión de buques con fines turísticos.
3. Los cruceros turísticos.
4. El chárter náutico.
5. Ocio, deporte y turismo.
6. Gestión de instalaciones náuticas de recreo.
7. Gestión de campos de golf.
8. Gestión de parques de ocio.

Créditos: 6

Módulos de la especialidad en Empresas Turísticas (A)

Módulo 9-A. Dirección y gestión hotelera

Objetivos:

Conocer las instalaciones básicas y equipamientos característicos de la empresa hotelera, los diferentes sistemas organizativos en función de cada tipo de hotel, así como la estructura de las dos grandes áreas que proporcionan servicios de un alto valor añadido al cliente en hotelería: las Áreas de Alojamiento y Restauración y dentro de ellas su planificación, estructura, equipamientos, sistemas organizativos, los procesos principales de servicio y los diversos mecanismos de control que garantizan un servicio de calidad a los clientes de un establecimiento hotelero.

Contenidos:

1. La empresa hotelera: organización y equipamientos.
2. Gestión de reservas.
3. Procesos de atención al cliente y control de la producción.
4. Organización planificación del área de pisos y limpieza.
5. Procesos de compras, almacenamiento y transformación.
6. Restauración: diseño de la oferta y procesos de servicio.

Créditos: 6

Módulo 10-A. Dirección y gestión de empresas mayoristas y de intermediación turística

Objetivos:

Conocer los conceptos relacionados con mercado y producto, entender el servicio como producto e investigar sus atributos. Definir el producto turístico y estudiar el mercado. Analizar los componentes del sistema de distribución del turismo.

Contenidos:

1. La intermediación y la distribución.
2. Economía y modelo de negocio.
3. Tecnología de la distribución.
4. Planteamientos estratégicos.

Créditos: 6

Módulo 11-A. Creación de empresas turísticas

Objetivos:

Abordar las áreas funcionales básicas de la empresa: diseño del área comercial y el área operativa. Analizar qué se quiere comercializar, cómo y mediante qué proceso productivo, detallar los principales recursos necesarios para iniciar la actividad y conocer las implicaciones económicas de las decisiones tomadas.

Contenidos:

1. Desarrollo de la idea de negocio.
2. Plan de empresa.
3. Análisis estratégico de la nueva empresa.
4. Planes operativos I.
5. Planes operativos II.

Créditos: 6

Módulos de la especialidad en Gestión de Destinos Turísticos (B)

Módulo 9-B. Planificación y gestión de destinos turísticos

Objetivos:

Introducir en la práctica de los métodos y procedimientos de planificación. A partir del análisis de situación del destino se familiariza al participante en la evaluación estratégica del destino. Se tratan de forma específica tres temas imprescindibles en la gestión del turismo contemporáneo: la organización de la gestión, la función de liderazgo que debe desarrollar el organismo de gestión y el desarrollo de un plan de sostenibilidad para la actividad turística de un destino.

Contenidos:

1. Criterios e instrumentos de ordenación y planificación del destino turístico.
2. Diseño de un plan de sostenibilidad para el destino.
3. Creación de un organismo de gestión del turismo
4. Desarrollo de las funciones de liderazgo en el destino.

Créditos: 6

Módulo 10-B. Turismo y gestión del patrimonio natural y cultural

Objetivos:

Ofrecer una aproximación al uso del patrimonio como recurso turístico. De forma paralela, se incide en el proceso de transformación del recurso turístico-patrimonial en un producto turístico comercializable en el mercado.

Contenidos:

1. La planificación y creación de productos de ocio y turismo en la naturaleza.
2. La promoción y comercialización de los productos turísticos de naturaleza.
3. La adecuación de un recurso patrimonial como producto turístico
4. Diseño de estrategias de actuación turística para un destino cultural.

Créditos: 6

Módulo 11-B. Gestión de eventos

Objetivos:

Aproximar al alumno a la organización profesional de eventos, adentrándonos en la diversidad de actividades que se desempeñan en este sector: investigar, diseñar, planificar, coordinar y evaluar eventos.

Contenidos:

1. Prepararse para el evento: la investigación y el diseño.
2. Planificación y coordinación del evento: elementos clave.
3. Gestión económica y legal: herramientas clave en la gestión de eventos.
4. Técnicas de evaluación de eventos.
5. Gestión de proyectos. Introducción a Microsoft Project.

Créditos: 6

Autoría y docencia de los módulos

MODULOS TRONCALES OBLIGATORIOS		
Módulo	Autoría	Docencia
Módulo 1 Estructura del mercado turístico	<p><u>Francisco Juan Martínez</u> Economista, técnico de la Agencia Valenciana de Turismo.</p> <p><u>José María de Juan Alonso</u> Profesor Asociado de la Universidad de Valladolid - Escuela de Turismo - Campus de Segovia.</p>	<p><u>David Giner Sánchez</u> Técnico del Instituto Valenciano Tecnológico de Turismo (Invat-tur)</p> <p><u>José María de Juan Alonso</u> Profesor Asociado de la Universidad de Valladolid - Escuela de Turismo - Campus de Segovia.</p>
Módulo 2 Dirección estratégica de la empresa turística	<p><u>Enrique Claver Cortés</u> Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>Bartolomé Marco Lajara</u> Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>José Francisco Molina Azorín</u> Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>Diego Quer Ramón</u> Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p>	<p><u>Bartolomé Marco Lajara</u> Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>José Francisco Molina Azorín</u> Profesor Titular de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante.</p>
Módulo 3 Marketing e investigación de mercados turísticos	<p><u>Ricardo Sellers</u> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>Juan Luis Nicolau</u> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.</p>	<p><u>Ricardo Sellers</u> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.</p> <p><u>Juan Luis Nicolau</u> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.</p>
Módulo 4 Gestión financiera de la empresa turística	<p><u>Francisco Merino García</u> Profesor Titular de Escuela Universitaria de la Universidad de Alicante.</p>	<p><u>Francisco Merino García</u> Profesor Titular de Escuela Universitaria de la Universidad de Alicante.</p>
Módulo 5 Gestión de los Recursos Humanos en turismo	<p><u>José Luis Gascó Gascó</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p> <p><u>Vicente Sabater Sempere</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p> <p><u>Mercedes Úbeda García</u> Profesora titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p>	<p><u>José Luis Gascó Gascó</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p> <p><u>Vicente Sabater Sempere</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p> <p><u>Mercedes Úbeda García</u> Profesora titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.</p>
Módulo 6 Nuevas Tecnologías y Turismo	<p><u>Antonio Guevara Plaza</u> Profesor titular de universidad. Departamento de Lenguajes y Ciencias de la Computación. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Málaga.</p> <p><u>José Luis Caro Herrero</u> Profesor Titular de Escuela Universitaria. Departamento de Lenguajes y Ciencias de la Computación. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Málaga.</p>	<p><u>Antonio Guevara Plaza</u> Profesor Titular de universidad. Departamento de Lenguajes y Ciencias de la Computación. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Málaga.</p> <p><u>José Luis Caro Herrero</u> Profesor Titular de Escuela Universitaria. Departamento de Lenguajes y Ciencias de la Computación. Escuela Universitaria de Turismo. Universidad de Málaga.</p>

Módulo 7 Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas	<u>Juan José Tari Guilló</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante. <u>José Francisco Molina Azorín</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.	<u>Juan José Tari Guilló</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante. <u>José Francisco Molina Azorín</u> Profesor titular de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.
Módulo 8 Gestión de empresas y complejos de ocio y turismo	<u>Francisco Javier Martín Pérez</u> Profesor asociado Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante. Profesional experto en ocio marítimo y oferta turística náutica. <u>Javier Marroquín Elorza</u> Director del Club de Golf Bonalba. <u>José Luis Méndez</u> Subdirector del Club de Golf Bonalba. <u>Joaquín Valera</u> Director de Aqualandia y Mundomar de Benidorm. <u>Camino Herreros</u> Adjunta a la dirección de Aqualandia y Mundomar. Benidorm. <u>Diego Quer Ramón</u> Profesor Titular de Universidad. Departamento de Organización de Empresas. Universidad de Alicante.	<u>Francisco Javier Martín Pérez</u> Profesor asociado Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante. Profesional experto en ocio marítimo y oferta turística náutica.

MODULOS DE LA ESPECIALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS

Módulo	Autoría	Docencia
Módulo 9.A Dirección y gestión hotelera	<u>Miguel Sánchez Romero</u> Profesor de dirección hotelera en la EUTDH de la UAB. Profesor de Turismo en la Universidad de Girona. Consultor de empresas de hostelería. Profesional de la dirección hotelera.	<u>Miguel Sánchez Romero</u> Profesor de dirección hotelera en la EUTDH de la UAB. Profesor de Turismo en la Universidad de Girona. Consultor de empresas de hostelería. Profesional de la dirección hotelera.
Módulo 10.A Dirección y gestión de empresas mayoristas y de intermediación turística	<u>Felipe González Abad</u> Senior Adviser del GDS Amadeus, EMEA & LA	<u>Ricardo Sellers</u> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alicante.
Módulo 11.A Creación de empresas turísticas	<u>Francisco García Lillo</u> Profesor Titular de la Universidad de Alicante, Departamento de Organización de Empresas. <u>Francisco Llopis Vañó</u> Profesor Titular de la Universidad de Alicante, Departamento de Organización de Empresas.	<u>Francisco García Lillo</u> Profesor Titular de la Universidad de Alicante, Departamento de Organización de Empresas.

MÓDULOS DE LA ESPECIALIDAD EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Módulo	Autoría	Docencia
Módulo 9.B Planificación y gestión de destinos turísticos	<u>Salvador Antón Clavé</u> Director de la Escola Universitaria de Turismo y Ocio de la Universitat Rovira i Virgili. <u>Jordi Calabuig</u> Profesor asociado de la Escola Universitaria de Turismo y Ocio de la Universitat Rovira i Virgili.	<u>David Giner Sánchez</u> Técnico del Instituto Valenciano Tecnológico de Turismo (Invat-tur)

<p>Módulo 10.B Turismo y gestión del patrimonio natural y cultural</p>	<p><u>María García</u> Profesora ayudante. Facultad de Geografía e Historia. Universidad Complutense de Madrid.</p> <p><u>Manuel de la Calle Vaquero</u> Profesor. Centro de Estudios Superiores Felipe II. Universidad Complutense de Madrid.</p> <p><u>José María de Juan</u> Profesor Asociado de la Universidad de Valladolid - Escuela de Turismo - Campus de Segovia.</p>	<p><u>José María de Juan</u> Profesor Asociado de la Universidad de Valladolid - Escuela de Turismo - Campus de Segovia.</p> <p><u>Celia Martínez</u> Investigadora posdoctoral. Secretaría General y Centro de Documentación Internacional UNESCO-ICOMOS (Paris).</p>
<p>Módulo 11.B Gestión de eventos</p>	<p><u>Soledad Morales</u> Coordinadora de Estudios de Posgrado y Formación Continua de la Escuela Universitaria de Turismo y Gestión Hotelera de la Universidad Autónoma de Barcelona.</p>	<p><u>Miguel Sánchez Romero</u> Profesor de dirección hotelera en la EUTDH de la UAB. Profesor de Turismo en la Universidad de Girona. Consultor de empresas de hostelería. Profesional de la dirección hotelera.</p>

Plan de trabajo

La impartición de los módulos se realizará conforme al siguiente calendario¹:

- **Toma de contacto.** Comienza el día 20 de octubre y se cierra el 3 de noviembre de 2010.
-

- **Módulo 1. Estructura del mercado turístico.**

Periodo para consulta del material: del 4 al 7 de noviembre de 2010

Desarrollo del módulo: del 8 de noviembre al 12 de diciembre de 2010

- **Módulo 2. Dirección estratégica de la empresa turística.**

Periodo para consulta del material: del 13 al 15 de diciembre de 2010

Desarrollo del módulo: del 16 de diciembre de 2010 al 17 de febrero de 2011

<p>PERIODO NO LECTIVO 24 DE DICIEMBRE DE 2010 AL 6 DE ENERO DE 2011</p>
--

<p>* Estas semanas también se consideran periodo extraordinario de entrega de tareas pendientes del módulo 1</p>

- **Módulo 3. Marketing e investigación de mercados turísticos.**

Periodo para consulta del material: del 18 al 20 de febrero de 2011

Desarrollo del módulo: del 21 de febrero al 27 de marzo de 2011

- **Módulo 4. Gestión financiera de la empresa turística.**

Periodo para consulta del material: del 28 al 30 de marzo de 2011

Desarrollo del módulo: del 31 de marzo al 5 de mayo de 2011

<p>PERIODO NO LECTIVO DEL 18 al 24 DE ABRIL DE 2011*</p>

<p>* Estas semanas también se consideran periodo extraordinario de entrega de tareas pendientes de los módulos 2 y 3.</p>
--

- **Módulo 5. Dirección de los Recursos Humanos en las empresas turísticas.**

Periodo para consulta del material: del 6 al 8 de mayo de 2011

Desarrollo del módulo: del 9 de mayo al 19 de junio de 2011

- **Módulo 6. Nuevas Tecnologías y Turismo.**

Periodo para consulta del material: del 20 al 22 de junio de 2011

Desarrollo del módulo: del 23 de junio al 31 de julio de 2011

<p>PERIODO NO LECTIVO DEL 1 AL 31 DE AGOSTO DE 2011*</p>

<p>* Estas semanas también se consideran periodo extraordinario de entrega de tareas pendientes de los módulos 4, 5 y 6.</p>

¹ Este calendario puede sufrir modificaciones por necesidades de ajuste académico.

- **Módulo 7. Gestión de la calidad y el medio ambiente en empresas turísticas.**
Periodo para consulta del material: del 1 al 4 de septiembre de 2011
Desarrollo del módulo: del 5 de septiembre al 2 de octubre de 2011
- **Módulo 8. Gestión de empresas y complejos de ocio y turismo.**
Periodo para consulta del material: del 3 al 5 de octubre de 2011
Desarrollo del módulo: del 6 de octubre al 6 de noviembre de 2011

MÓDULOS DE LA ESPECIALIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS (A)

- **Módulo 9.A. Dirección y gestión hotelera.**
Periodo para consulta del material: del 7 al 9 de noviembre de 2011
Desarrollo del módulo: del 10 de noviembre al 11 de diciembre de 2011
- **Módulo 10.A. Dirección y gestión de empresas mayoristas y de intermediación turística.**
Periodo para consulta del material: del 12 al 14 de diciembre de 2011
Desarrollo del módulo: del 15 de diciembre de 2011 al 29 de enero de 2012

PERIODO NO LECTIVO DEL 24 DE DICIEMBRE DE 2011 AL 6 DE ENERO DE 2012*

* Estas semanas también se consideran periodo extraordinario de entrega de tareas pendientes de los
módulos 7, 8 y 9

- **Módulo 11.A. Creación de empresas turísticas.**
Periodo para consulta del material: del 30 de enero al 1 de febrero de 2012
Desarrollo del módulo: del 2 de febrero al 9 de marzo de 2012

MÓDULOS DE LA ESPECIALIDAD EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (B)

- **Módulo 9.B. Planificación y gestión de destinos turísticos.**
Periodo para consulta del material: del 7 al 9 de noviembre de 2011
Desarrollo del módulo: del 10 de noviembre al 11 de diciembre de 2011
- **Módulo 10.B. Turismo y gestión del patrimonio natural y cultural.**
Periodo para consulta del material: del 12 al 14 de diciembre de 2011
Desarrollo del módulo: del 15 de diciembre de 2011 al 29 de enero de 2012

PERIODO NO LECTIVO DEL 24 DE DICIEMBRE DE 2010 AL 6 DE ENERO DE 2011*

* Estas semanas también se consideran periodo extraordinario de entrega de tareas pendientes de los
módulos 7, 8 y 9

- **Módulo 11.B. Gestión de eventos.**
Periodo para consulta del material: del 30 de enero al 1 de febrero de 2012
Desarrollo del módulo: del 2 de febrero al 9 de marzo de 2012

EXAMEN FINAL PRESENCIAL: 21 DE ABRIL DE 2012

Actividades y criterios de evaluación

El Máster en Dirección y Gestión Turística está basado en la idea de aprender resolviendo.

Es por ello que el aprendizaje se hace sobre la base de la resolución de los casos reales proporcionados en el escenario y, en su caso, de los ejercicios que se le proponen.

Al alumno se le evalúa de forma continua. La nota final de cada módulo es la suma de los resultados obtenidos en la evaluación de cada una de las tareas que lo componen, y de la intervención en los foros convocados.

Para obtener el título de Máster el alumno debe cursar los ocho módulos troncales obligatorios, así como los tres módulos correspondientes a la especialidad elegida, aprobando como mínimo el 80% de los créditos.

Cada módulo se calificará de 0 a 10. Es necesario sacar, al menos, un 5 para dar por superada cada tarea y módulo.

El sistema de calificaciones de módulos es: sobresaliente, notable, aprobado, suspenso. La Tabla de equivalencias de notas entre el sistema español y el europeo es la siguiente:

Español	Numérico (de 0 a 10)	Europeo
Sobresaliente	9 - 10	A
Notable	7 - 8	B+
Aprobado	5 - 6	B
Suspenso	> 5	C - D

Para aprobar el máster, el alumno debe cursar **todos** los módulos.

Es necesario aprobar un mínimo del 80% de los créditos para presentarse al examen final, que es presencial.

La nota final estará compuesta por la conseguida en la evaluación continua (media de la nota de los módulos cursados y dependiente del peso en créditos de cada módulo) más la conseguida en el examen final del máster, éste podrá representar hasta un 20 o 30% de esta nota final.

Estudiar en el IUP

Estudiar en el IUP supone una manera diferente de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunos de los parámetros a los que estamos acostumbrados como alumnos presenciales no sirven cuando estudiamos on line.

La enseñanza tradicional-presencial se basa en el profesor; él es quien controla el proceso.

Las nuevas tecnologías aplicadas al campo de la educación a distancia han hecho que cambie el enfoque en el proceso. Ya no se habla de enseñanza sino de aprendizaje. Usted, como alumno del IUP, se va a convertir en protagonista de su propia formación, en responsable de su propio aprendizaje.

Ventajas del aprendizaje on line frente a la enseñanza presencial

- Ser el agente principal de su propia formación. Consiguiendo así un aprendizaje más activo y significativo.
- Tener una gran flexibilidad horaria. Podrá 'ir a clase' a la hora que más le convenga.
- Estudiar a su propio ritmo.
- Disponer de una atención y seguimiento individualizado por parte de los profesores y tutores.
- Eliminar las barreras espacio-tiempo-personas que le permitirán crear una comunidad virtual para así aprender con los otros y trabajar de forma colaborativa.
- Acceder al IUP desde cualquier ordenador con conexión a Internet.

El alumno del IUP

Ser alumno del IUP requiere, por lo tanto, un cambio en su comportamiento como alumno. A partir de ahora usted es el responsable de su aprendizaje y es necesario que asuma nuevas **funciones**:

- Planificar los tiempos de estudio según sus necesidades.
- Realizar un horario de trabajo.
- Evitar las distracciones.
- Cuestionar la información que recibe.
- Consultar a su profesor.
- Participar en los grupos de trabajo, en los foros, en la comunidad virtual.
- Realizar los ejercicios de autoevaluación para comprobar su progreso en la materia.
- Buscar información externa al curso para completar su formación.

Y también desarrollar determinadas **capacidades**:

- Trabajar en equipo de forma colaborativa.

- Aplicar la creatividad a la resolución de problemas.
- Aprender nuevos conocimientos y asimilar nuevas ideas rápidamente.
- Tomar nuevas iniciativas y ser independiente.
- Identificar problemas y desarrollar soluciones.
- Reunir y organizar hechos.
- Realizar comparaciones sistemáticas.
- Identificar y desarrollar soluciones alternativas.
- Resolver problemas de forma independiente.