

Grupos	Horas extras fuerza mayor			Horas extras necesarias		
	Normales	22 a 6 horas	Festivas	Normales	22 a 6 horas	Festivas
E	1.174	1.532	1.766	1.372	1.780	2.060
F	1.180	1.537	1.774	1.377	1.782	2.063
G	1.187	1.542	1.780	1.389	1.809	2.085
H	1.214	1.583	1.831	1.417	1.843	2.132
I	1.237	1.608	1.862	1.446	1.877	2.166
J	1.247	1.621	1.874	1.457	1.891	2.192
K	1.264	1.637	1.897	1.474	1.909	2.210

Participación en beneficios

Grupo	Pesetas
0	76.155
	66.943
	63.844
	64.570
	80.047
1	85.635
2	86.683
3	89.624
4	96.612
5	105.094
6	112.285
7	126.846
8	140.494
9	158.093
10	175.990
11	
A	80.047
B	80.640
C	81.786
D	83.009
E	84.768
F	85.372
G	85.966
H	88.964
I	91.358
J	92.569
K	93.772

En la tabla figuran los valores de participación en beneficios para trabajadores sin antigüedad. Para determinar la correspondiente a cada antigüedad habrá que multiplicar ese valor por los factores correspondientes que se señalan a continuación:

Años de antigüedad	Factor a aplicar
3	1,05
6	1,10
11	1,20
16	1,30
21	1,40
26	1,50
31	1,60
36	1,70
41	1,80

BANCO DE ESPAÑA

20706 *RESOLUCIÓN de 28 de agosto de 1998, del Banco de España, por la que se hacen públicos los cambios de divisas correspondientes al día 28 de agosto de 1998, que el Banco de España aplicará a las operaciones ordinarias que realice por su propia cuenta, y que tendrán la consideración de cotizaciones oficiales, a efectos de la aplicación de la normativa vigente que haga referencia a las mismas.*

Divisas	Cambios	
	Comprador	Vendedor
1 dólar USA	151,899	152,203
1 ECU	167,438	167,774
1 marco alemán	84,836	85,006
1 franco francés	25,304	25,354
1 libra esterlina	250,405	250,907
100 liras italianas	8,589	8,607
100 francos belgas y luxemburgueses	411,316	412,140
1 florín holandés	75,175	75,325
1 corona danesa	22,278	22,322
1 libra irlandesa	213,069	213,495
100 escudos portugueses	82,770	82,936
100 dracmas griegas	49,081	49,179
1 dólar canadiense	96,425	96,619
1 franco suizo	102,808	103,014
100 yenes japoneses	105,890	106,102
1 corona sueca	18,519	18,557
1 corona noruega	18,865	18,903
1 marco finlandés	27,874	27,930
1 chelín austriaco	12,056	12,080
1 dólar australiano	85,868	86,040
1 dólar neozelandés	74,993	75,143

Madrid, 28 de agosto de 1998.—El Director general, Luis María Linde de Castro.

UNIVERSIDADES

20707 *RESOLUCIÓN de 31 de julio de 1998, de la Universidad de La Laguna, por la que se ordena la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Diplomado en Turismo.*

La Comisión Académica del Consejo de Universidades del pasado 14 de julio de 1998, resolvió homologar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Diplomado en Turismo, Este Rectorado, en virtud de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con el artículo 29 de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria y con el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Diplomado en Turismo, estructurado conforme figura en el anexo de la presente Resolución.

La Laguna, 31 de julio de 1998.—El Rector, Matías López Rodríguez.

ANEXO QUE SE CITA

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. **Título oficial al que conducen estos estudios:** DIPLOMADO EN TURISMO.
2. **Enseñanzas de:** PRIMER CICLO.
3. **Centro responsable de la organización del plan de estudios:** ESCUELA UNIVERSITARIA DE CIENCIAS EMPRESARIALES.
4. **Carga lectiva global en créditos:** 207

DISTRIBUCIÓN DE LOS CRÉDITOS

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	LIBRE CONFIGURACIÓN	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTAL
I	1º	48	13,5	---	---		61,5
	2º	21	39	---	10,5		70,5
	3º	16	20	28,5	10,5	---	75
TOTALES		85	72,5	28,5	21	---	207
%		41	35	14	10	---	100

5. **Trabajo o proyecto fin de carrera:** No se exige.
6. **Distribución de la carga lectiva global por año académico:**

AÑO ACADÉMICO	TOTALES	TEÓRICOS	PRÁCTICOS
PRIMERO	61,5	37,5	24
SEGUNDO	70,5	35	35,5
TERCERO	75	34	41
TOTALES	207	106,5	100,5

7. **Especificaciones y aclaraciones:**

La organización de la docencia se establecerá con carácter semestral, asignándose a cada semestre un período lectivo de 15 semanas, a excepción de las asignaturas: "Derecho y legislación", "Organización y gestión de empresas", "Inglés para la comunicación turística", "Recursos territoriales turísticos", "Alemán para la comunicación turística II", "Promoción del producto turístico" y "Practicum", que tendrán carácter anual.

8. **Contenido del plan de estudios:** Anexo 2-A, Anexo 2 - B y Anexo 2 - C.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE:

DIPLOMADO EN TURISMO

1. MATERIAS TRONCALES						
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas	Créditos anuales		
				Totales	Teóricos	Prácticos
I	1º	Idiomas.	Alemán para la comunicación turística I.	6 (4,5 T + 1,5 A)	1,5	4,5
I	1º	Contabilidad.	Contabilidad.	6 T	4,5	1,5
I	1º	Derecho y legislación.	Derecho y legislación.	9 T	6	3
I	1º	Estructura de mercados.	Estructura de mercados.	6 T	4,5	1,5
I	1º	Introducción a la economía.	Introducción a la economía.	6 T	4,5	1,5
I	1º	Organización y gestión de empresas.	Organización y gestión de empresas.	9 T	6	3

Descripción del contenido	Áreas de conocimiento
Intensificación y perfeccionamiento del idioma alemán con especial aplicación al sector turístico.	- Filología Alemana.
Contabilidad financiera y de costes aplicadas al turismo.	- Economía Financiera y Contabilidad.
Introducción al Derecho. Derecho de la contratación y del consumo en el sector turístico. Legislación específica del turismo.	- Derecho Administrativo. - Derecho Civil. - Derecho Financiero y Tributario. - Derecho Mercantil. - Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.	- Economía Aplicada. - Psicología Social. - Sociología.
Introducción al análisis económico con especial referencia al turismo.	- Economía Aplicada. - Fundamentos del Análisis Económico.
Análisis de las estructuras organizativas y de los recursos humanos en las empresas turísticas.	- Organización de Empresas.

I. MATERIAS TRONCALES

Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas	Créditos anuales			Descripción del contenido	Áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos		
I	1º	Patrimonio cultural.	Patrimonio cultural.	6 T	4,5	1,5	Manifestaciones artísticas y culturales. Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico.	- Antropología Social. - Historia del Arte.
I	2º	Idiomas.	Inglés para la comunicación turística.	6 (4,5 T + 1,5 A)	1,5	4,5	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés con especial aplicación al sector turístico.	- Filología Inglesa.
I	2º	Marketing turístico.	Marketing turístico.	6 T	4,5	1,5	Creación de productos turísticos. Determinación de precios. Comunicación y distribución.	- Comercialización e Investigación de Mercados.
I	2º	Recursos territoriales turísticos.	Recursos territoriales turísticos	9 T	3	6	Estudio del medio para el desarrollo del turismo. Su implantación y ordenación en el espacio.	- Análisis Geográfico Regional. - Ecología. - Geografía Humana.
I	3º	Operaciones y procesos de producción.	Operaciones y procesos de producción.	6 T	4,5	1,5	Operaciones y procesos de restauración, alojamiento, intermediación turística y ocio.	- Economía Aplicada. - Nutrición y Bromatología. - Organización de Empresas. - Sociología. - Tecnología de los Alimentos.
I	3º	Practicum.	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo.	15 (10T + 5A)	0	15	Introducción del alumno en la organización, gestión y realización de las actividades turísticas: información, organización de viajes, gestión de eventos, colaboración en el diseño de infraestructuras, etc.	- Todas las áreas de la titulación

ANEXO 2-B. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE:

DIPLOMADO EN TURISMO.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD.

Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido	Áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Prácticos		
I	1º	Historia del arte en Canarias.	4,5	3	1,5	Estudio de la Historia del Arte en Canarias desde la Conquista hasta la actualidad.	- Historia del Arte.
I	1º	Inglés para la comunicación turística.	9	3	6	Profundización en la comunicación oral y escrita de la lengua inglesa aplicada al sector turístico.	- Filología Inglesa.
I	2º	Alemán para la comunicación turística II.	9	3	6	Profundización en la comunicación oral y escrita de la lengua alemana aplicada al sector turístico.	- Filología Alemana.
I	2º	Derecho del trabajo.	4,5	3	1,5	Contrato de trabajo. Modalidades de contratación de trabajadores. Condiciones básicas de trabajo. Modificaciones del contrato de trabajo, suspensión y extinción. La negociación colectiva en el sector turístico.	- Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.
I	2º	Ecología de las Islas Canarias.	4,5	3	1,5	Introducción a la Ecología. Singularidades del medio natural canario. Análisis de los principales ecosistemas canarios. La naturaleza canaria como recurso turístico.	- Ecología.
I	2º	Estadística aplicada al turismo.	4,5	1,5	3	Estadística descriptiva. Series estadísticas unidimensionales y bidimensionales y su tratamiento para caracteres cuantitativos y cualitativos. Números índices y series temporales. Fuentes de datos en turismo.	- Economía Aplicada.
I	2º	Interpretación del medio geográfico.	4,5	3	1,5	Estudio y reconocimiento de las estructuras territoriales resultantes de la acción social sobre el medio natural y de su transformación como efecto de los cambios del sistema económico y el desarrollo técnico.	- Geografía Humana.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD.

Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido	Áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Prácticos		
I	2º	Sistemas de información para la gestión.	6	3	3	Fundamentos de los sistemas de gestión en las organizaciones. Los sistemas de información en la industria turística. Tecnología informática y de comunicaciones para los sistemas de información en la industria turística. Los subsistemas de información en las empresas turísticas.	- Organización de Empresas.
I	2º	Sociología del turismo.	6	4,5	1,5	Teoría socioeconómica del turismo. Turismo e industrialismo. Los cambios socioeconómicos de las actividades turísticas. Turismo y cualificación profesional.	- Sociología.
I	3º	Promoción del producto turístico.	9	6	3	Desarrollo, estrategia y decisiones de productos turísticos e instrumentos de la comunicación publicitaria.	- Comercialización e Investigación de Mercados.
I	3º	Psicología de las organizaciones turísticas.	6	4,5	1,5	Gestión psicosocial de organizaciones turísticas. Comunicación externa e interna. Conflictos grupales y organizacionales. Calidad de servicios en organizaciones turísticas.	- Psicología social.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE:

DIPLOMADO EN TURISMO

3. MATERIAS OPTATIVAS					Créditos totales para optativas: 28,5 - por ciclo: - por curso:	
Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido		Áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos			
Alemán para el marketing turístico.	4,5	1,5	3	Aplicación de las destrezas comunicativas de la lengua alemana al marketing turístico.	- Filología Alemana.	
Análisis comparado de áreas turísticas.	6	4,5	1,5	Estudio de la distribución y caracteres de las principales áreas turísticas, de los factores que han contribuido a su formación y desarrollo, y de las directrices de la actual política turística.	- Geografía Humana.	

3. MATERIAS OPTATIVAS

Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido	Créditos totales para optativas: 28,5 - por ciclo: - por curso:
	Totales	Teóricos	Prácticos		
Antropología y turismo: estudios de casos regionales.	6	4,5	1,5	El turismo como sistema. Los encuentros. Impactos socioculturales del turismo: familia, grupo, sociabilidad y revitalización de la identidad. Los usos múltiples del espacio. Actividades, usos, tradiciones y costumbres. La activación del patrimonio etnográfico como recurso turístico. La elaboración de rutas temáticas etnográficas.	- Antropología social.
Arqueología y turismo.	4,5	3	1,5	Arqueología y turismo: manifestaciones artísticas y culturales. Actividades y gestión del Patrimonio Arqueológico como recurso turístico. Rutas temáticas de Arqueología.	- Arqueología.
Derecho tributario.	4,5	3	1,5	Los tributos. Relación jurídico-tributaria. Procedimientos tributarios. Derecho penal tributario estatal, local y regional. Régimen económica y fiscal.	- Derecho Financiero y Tributario.
Diseño y gestión de rutas e itinerarios turísticos.	6	1,5	4,5	Aplicación de métodos y técnicas de análisis geográficos a los componentes de la producción turística, en grandes escalas, con especial atención al diseño y la gestión de rutas, documentación cartográfica, optimización productiva y estrategia comunicativa. Rutas en Canarias y otras.	- Análisis Geográfico Regional.
Estructura económica de Canarias.	4,5	3	1,5	Grandes transformaciones en la economía canaria. Recursos y sectores económicos, con especial referencia al turismo. Perfiles estructurales de la economía canaria: agentes, mercados, relaciones exteriores y marco institucional. Problemática y perspectivas del desarrollo.	- Economía Aplicada.
Gestión de la calidad.	4,5	3	1,5	La calidad en el diseño y desarrollo de los productos y operaciones turísticas. El proceso de mejora de la calidad. Aseguramiento de la calidad. Normas ISO 9000.	- Organización de Empresas.
Gestión financiera de actividades turísticas.	6	4,5	1,5	Criterios de decisión de la inversión en la empresa turística. Instrumentos financieros aplicados a la empresa turística.	- Economía Financiera.

3. MATERIAS OPTATIVAS					Créditos totales para optativas: 28,5 - por ciclo; - por curso;
Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido	Áreas de conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticos		
Historia económica del turismo en Canarias.	4,5	3	1,5	El negocio del ocio a través de la Historia. Evolución del industrialismo. Expansión mundial de los negocios y de los viajes. Transformaciones de las economías de los espacios de ocio hasta fines del S. XIX. Evolución de las agencias de viaje, alojamiento y restauración en Canarias, S. XIX, años 20 y 30. La historia económica reciente del turismo en Canarias a partir de los 50.	- Historia Económica.
Ingles para el marketing turístico.	4,5	1,5	3	Aplicación de las destrezas comunicativas de la lengua inglesa al marketing turístico.	- Filología Inglesa.
Investigación comercial.	4,5	3	1,5	Conceptos de la investigación comercial, sistemas de información, fuentes de información, análisis de datos e interpretación y sistemas de apoyo a las decisiones.	- Comercialización e Investigación de Mercados.
La dirección estratégica en la industria turística.	6	4,5	1,5	Dirección estratégica. Análisis estratégico del entorno del destino turístico, de la empresa de actividades turísticas y de empresas de alojamiento. Estrategias de las empresas y actividades turísticas. Implantación y control estratégico.	- Organización de Empresas.
Lengua francesa I.	6	4,5	1,5	Perfeccionamiento de los conocimientos lingüísticos (léxicos, gramaticales y textuales) e iniciación en los aspectos socioculturales relacionados con el sector turístico, con vistas a la adquisición de una adecuada competencia comunicativa.	- Filología Francesa.
Lengua francesa II.	6	4,5	1,5	Profundización en la lengua francesa, tanto escrita como oral, en situaciones comunicativas propias de un profesional del sector turístico. Estudio de documentos auténticos.	- Filología Francesa.
Medio ambiente y conservación en Canarias.	4,5	3	1,5	Ecología y medio ambiente. Principales problemas ambientales en Canarias. La necesidad de conservar nuestro patrimonio natural. Estrategias de conservación y red de espacios naturales de Canarias.	- Ecología.
Ordenación administrativa del turismo	6	4,5	1,5	Administraciones públicas competentes y legislación de la Comunidad Autónoma de Canarias en materia turística. Régimen de autorizaciones en el sector turístico. Promoción y fomento del turismo.	- Derecho Administrativo.

3. MATERIAS OPTATIVAS

Denominación	Créditos anuales			Descripción del contenido	Créditos totales para optativas: 28,5 - por ciclo: - por curso:
	Totales	Teóricos	Prácticos		
Ordenación internacional del sector servicios.	4,5	3	1,5	Sector servicios y las relaciones económicas internacionales. Internacionalización y liberalización de mercados. Acuerdo general del comercio de servicios. Comercio de servicios, especialmente los relacionados con el turismo. Servicios turísticos, globalización y desarrollo.	- Economía Aplicada.
Patrimonio geográfico e impacto territorial del turismo.	6	4,5	1,5	Identificación y valoración de la importancia de los elementos del medio geográfico (naturales y sociales) y análisis de las diversas repercusiones sociales, económicas, ambientales y territoriales, generadas por la implantación de la actividad turística.	- Geografía Humana.
Patrimonio monumental y artístico en Canarias.	4,5	3	1,5	Conocimiento, interpretación y criterios de conservación del "concepto" del Patrimonio Mueble e Inmueble en Canarias, de los núcleos históricos más relevantes del Archipiélago y de la arquitectura y de las manifestaciones plásticas.	- Historia del Arte.
Política económica del sector turismo.	6	4,5	1,5	Proceso de toma de decisiones de política económica turística. El esquema objetivos-instrumentos de política económica turística. Planificación del sector turístico. Políticas sectoriales y turismo.	- Economía Aplicada.
Psicología ambiental.	4,5	3	1,5	Conducta, cognición y evaluación ambiental. Actitudes ambientales. Participación ambiental. Evaluación psicoambiental del impacto turístico. Responsabilidad ambiental y turismo. Educación ambiental. Evaluación y diseño de espacios de ocio. Uso rehabilitador del medio ambiente.	- Psicología social.
Psicología social del turismo.	4,5	3	1,5	El rol social de turista. Motivación turística. Contacto social y choque cultural. El turismo de grupo. Actitudes hacia el turismo. La percepción social del turismo. Efectos psicológicos del turismo.	- Psicología Social.
Sistemas de información geográfica aplicados a la gestión del turismo.	6	1,5	4,5	Habitación en las técnicas y procedimientos de los sistemas de información geográfica, dirigidos al inventario, tratamiento, consulta y análisis de la componente territorial de la producción turística, bajo entornos (Windows), tecnología multimedia e integración en Internet.	- Análisis Geográfico Regional.

9. Organización temporal de las enseñanzas: (Tr.: Troncales; Ob.: Obligatorias; Op.: Optativas)

▪ Curso 1º

- Primer semestre:

Tr. Derecho y legislación (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Organización y gestión de empresas (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Introducción a la economía. (6 cr.).
Tr. Patrimonio cultural (6 cr.).
Ob. Inglés para la comunicación turística (4,5 cr.). (Anual).
Ob. Historia del arte en Canarias. (4,5 cr.).

- Segundo semestre:

Tr. Derecho y legislación (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Organización y gestión de empresas (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Estructura de mercados (6 cr.).
Tr. Contabilidad (6 cr.).
Tr. Alemán para la comunicación turística I (6 cr.).
Ob. Inglés para la comunicación turística (4,5 cr.). (Anual).

▪ Curso 2º

- Primer semestre:

Tr. Recursos territoriales turísticos (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Inglés para la comunicación turística (6 cr.).
Ob. Alemán para la comunicación turística II (4,5 cr.). (Anual).
Ob. Derecho del trabajo (4,5 cr.).
Ob. Interpretación del medio geográfico (4,5 cr.).
Ob. Estadística aplicada al turismo (4,5 cr.).

- Segundo semestre:

Tr. Marketing turístico (6 cr.).
Tr. Recursos territoriales turísticos (4,5 cr.). (Anual).
Ob. Alemán para la comunicación turística II (4,5 cr.). (Anual).
Ob. Ecología de las Islas Canarias (4,5 cr.).
Ob. Sistemas de información para la gestión. (6 cr.).
Ob. Sociología (6 cr.).

▪ Curso 3º

- Primer semestre:

Tr. Operaciones y procesos de producción (6 cr.).
Ob. Promoción del producto turístico (4,5 cr.). (Anual).
Ob. Psicología de las organizaciones turísticas (6 cr.).
Tr. Practicum (7,5 cr.). (Anual).
(9 créditos del catálogo de optativas).

Segundo semestre:

Ob. Promoción del producto turístico (4,5 cr.). (Anual).
Tr. Practicum (7,5 cr.). (Anual).
(19,5 créditos del catálogo de optativas).

▪ 21 Créditos de Libre Elección por el alumno.

10. Catálogo de asignaturas optativas:

1. Alemán para el marketing turístico.
2. Análisis comparado de áreas turísticas.
3. Antropología y turismo: estudios de casos regionales.
4. Arqueología y turismo.
5. Derecho tributario.
6. Diseño y gestión de rutas e itinerarios turísticos.
7. Estructura económica de Canarias.
8. Gestión de la calidad.
9. Gestión financiera de actividades turísticas.
10. Historia económica del turismo en Canarias.
11. Inglés para el marketing turístico.
12. Investigación comercial.
13. La dirección estratégica en la industria turística.
14. Lengua francesa I.
15. Lengua francesa II.
16. Medio ambiente y conservación en Canarias.
17. Ordenación administrativa del turismo.
18. Ordenación internacional del sector servicios.
19. Psicología ambiental.
20. Psicología social del turismo.
21. Sistemas de información geográficas aplicados a la gestión del turismo.

11. Incompatibilidades académicas: No se prevén incompatibilidades académicas entre materias.