

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29 de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria («Boletín Oficial del Estado» de 1 de septiembre); en el artículo 19.20 del Decreto 32/1999, de 26 de marzo, por el que se aprueba la reforma de los Estatutos de la Universidad de las Illes Balears («Boletín Oficial de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears» número 45, de 10 de abril) y en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, por el que se establecen directrices generales comunes de los planes de estudios de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), una vez aprobado el mencionado Plan de Estudios por la Universidad de las Illes Balears y homologado por el Consejo de Universidades, por acuerdo de su Comisión Académica de fecha 17 de octubre de 2000,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación de la modificación del Plan de Estudios conductor al título de Diplomado en Enfermería, que queda configurado conforme figura en el anexo de esta Resolución.

Palma de Mallorca, 7 de febrero de 2001, Llorenç Huguet Rotger.

**Anexo 2 - C. Contenido del Plan de estudios**

<b>UNIVERSIDAD HUELVA</b>				<b>PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE DIPLOMADO EN TURISMO</b>		
				<b>3 . MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)</b>		
				<b>Créditos totales para optativas (1) 48</b>		
				- por ciclo 48 - por curso 6 en segundo curso y 42 en tercer curso.		
				<b>Vinculación a áreas de conocimiento (3)</b>		
				La imagen de marca y la identidad corporativa en la empresa turística. La publicidad en el sector turístico. La creatividad en la publicidad en el sector turístico. Medios y soportes para la publicidad en el turismo. La promoción de actividades turísticas.		
<b>Denominación (2)</b>				<b>Créditos anuales</b> Totales Teóricos Prácticos/ Clínicos Breve descripción del contenido		
<b>Publicidad y Promoción de las Actividades Turísticas (3º)</b>				6 3 3 La imagen de marca y la identidad corporativa en la empresa turística. La publicidad en el sector turístico. La creatividad en la publicidad en el sector turístico. Medios y soportes para la publicidad en el turismo. La promoción de actividades turísticas.		

(1) Se expresará el total de créditos asignados para optativas y, en su caso, el total de los mismos por ciclo o curso.

(2) Se mencionará entre paréntesis, tras la denominación de la optativa, el curso o ciclo que corresponda si el plan de estudios configura la materia como optativa de curso o ciclo.

(3) Libremente decidida por la Universidad.