

UNIVERSIDADES

2785 RESOLUCIÓN de 24 de enero de 2003, de la Universidad de Almería, por la que se publica la modificación del plan de estudios conducente al título de Diplomado en Turismo por adaptación a la normativa vigente.

Homologado por el Consejo de Coordinación Universitaria, por acuerdo de la Comisión Académica de fecha 16 de diciembre de 2002, el plan de estudios conducente al título de Diplomado en Turismo, según establece el Real Decreto 604/1996, de 15 de abril, de Directrices Generales Propias, queda configurado conforme aparece en el anexo a esta Resolución.

Almería, 24 de enero de 2003.—El Rector accidental, Pedro Molina García.

ANEXO 2-A Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD **DE ALMERÍA**

PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE AL TÍTULO DE
DIPLOMADO EN TURISMO.

1. MATERIAS TRONCALES									
Ciclo	Curso/ Cuatri		Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia truncal	Créditos-anuales Totales Teóricos Prácticos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
I	1	A	Introducción a la Economía.	Introducción a la Economía.	9 (6T+3A)	6	3	Introducción al análisis económico con especial referencia al turismo. Economía del Turismo.	"Economía Aplicada"
I	1	I	Contabilidad.	Contabilidad.	6	4,5	1,5	Contabilidad financiera y de costes aplicada al Turismo.	"Fundamentos de Análisis Económico"
I	1	I	Recursos Territoriales Turísticos.	Geografía del Turismo.	6 (4,5T+1,5A)	4,5	1,5	Estudio del medio para el desarrollo de turismo.	"Economía Financiera y Contabilidad"
I	1	I	Derecho y Legislación.	Introducción al Derecho y Derecho del Consumo.	6 (4,5T+1,5A)	4,5	1,5	Introducción al derecho. Derecho de la contratación y el consumo en el sector turístico.	"Análisis geográfico regional"
I	1	I							"Ecología" "Geografía Humana"
I	1	I	Patrimonio Cultural.	Patrimonio Cultural.	6 (3T+3A)	4,5	1,5	Manifestaciones culturales. Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico.	"Derecho Administrativo"
I	1	II	Patrimonio Cultural.	Patrimonio Artístico.	6 (3T+3A)	4,5	1,5	Manifestaciones artísticas. Análisis del patrimonio artístico como recurso turístico.	"Derecho Civil" "Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social"
I	2	A	Idiomas.	Idioma A.	9 (4,5T+4,5A)	6	3	Intensificación y perfeccionamiento de un idioma, elegido por la universidad, y con especial aplicación al sector turístico.	"Derecho Financiero y Tributario"
I	2	A	Idiomas.	Idioma B.	9 (4,5T+4,5A)	6	3	Intensificación y perfeccionamiento de un idioma, elegido por la universidad, y con especial aplicación al sector turístico.	"Derecho Mercantil"
I	2	I	Estructura de Mercados.	Estructura de Mercados.	6	4,5	1,5	Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.	"Antropología Social" "Historia del Arte"
I	2	I	Marketing Turístico.	Introducción al Marketing Turístico.	6 (3T+3A)	4,5	1,5	Creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución. Análisis estratégico del mercado.	"Antropología Social" "Historia del Arte"

ANEXO 2-A Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE
DIPLOMADO EN TURISMO.

1. MATERIAS TRONCALES								
Ciclo	Curso/ Cuatri	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos-anales Totales Teóricos Prácticos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
1	2	I Organización y Gestión de Empresas.	Organización y Gestión de Empresas.	6 (4,5T+1,5A)	4,5	1,5	Análisis de las estructuras organizativas en las empresas turísticas. Planificación, liderazgo y control de organizaciones turísticas.	"Organización de Empresas"
1	2	II Derecho y Legislación.	Legislación Turística.	6 (4,5T+1,5A)	4,5	1,5	Legislación específica del turismo.	"Derecho Administrativo" "Derecho Civil" "Derecho del trabajo y de la Seguridad Social" "Derecho Financiero y Tributario" "Derecho Mercantil"
1	2	II Marketing Turístico.	Marketing Turístico.	6	3	3	Ampliación de creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.	"Comercialización e Investigación de Mercados"
1	2	II Operaciones y Procesos de Producción.	Operaciones y Procesos de Producción.	6 (3T+3A)	3	3	Operaciones y procesos de restauración, alojamiento, intermediación turística y ocio.	"Economía Aplicada" "Nutrición y bromatología" "Organización de empresas" "Sociología" "Tecnología de los Alimentos"
1	2	II Practicum	Practicum I.	5	0	5	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo.	Todas las áreas de la titulación.
1	3	A Recursos Territoriales Turísticos.	Análisis Territorial Turístico.	9 (4,5T+4,5A)	6	3	Estudio del medio para el desarrollo de turismo: su implantación y ordenación en el espacio. Planificación a escala intermedia del territorio turístico a nivel regional, subregional y comarcal.	"Análisis geográfico regional" "Ecología" "Geografía Humana"
1	3	I Organización y Gestión de Empresas	Gestión de Recursos Humanos.	6 (4,5T+1,5A)	3	3	Análisis de los recursos humanos en las empresas turísticas. Políticas y estrategias de recursos humanos.	"Organización de Empresas"
1	3	II Practicum.	Practicum II.	5	0	5	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo.	Todas las áreas de la titulación.

ANEXO 2-A Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE
DIPLOMADO EN TURISMO.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS							
Ciclo	Curso/ Cuatri	Denominación	Créditos-anales Totales Teóricos Prácticos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
1	1	I Historia del Turismo.	6	4,5	1,5	Fundamentos y evolución del concepto de turismo. Historia del turismo.	"Análisis Geográfico Regional" "Geografía Humana" "Historia Contemporánea" "Historia e Instituciones Económicas"
1	1	II Introducción al Idioma A.	6	3	3	Introducción a un idioma elegido por la universidad con especial aplicación al sector turístico.	"Filología Alemana" "Filología Francesa" "Filología Inglesa"
1	1	II Introducción al Idioma B.	6	3	3	Introducción a un idioma elegido por la universidad con especial aplicación al sector turístico.	"Filología Alemana" "Filología Francesa" "Filología Inglesa"
1	3	I Sociología del Turismo y del Ocio.	6	4,5	1,5	Introducción a la Sociología General. Estructura social del turismo y del ocio. Sociedad y cultura del consumo.	"Sociología"
1	3	II Gestión Financiera.	6	3	3	La selección de proyectos de inversión y financiación en estructuras y la gestión del circulante con especial aplicación al sector turístico.	"Economía Financiera y Contabilidad"

ANEXO 2-A Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

DIPLOMADO EN TURISMO.

3, MATERIAS OPTATIVAS						
Ciclo	Denominación	Créditos-anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
		Totales	Teóricos	Prácticos		
1	Ampliación de Idioma A.	6	3	3	Especialización en destrezas orales y escritas de un idioma, elegido por la universidad, dentro del sector turístico	"Filología Alemana" "Filología Francesa" "Filología Inglesa"
1	Ampliación de Idioma B.	6	3	3	Especialización en destrezas orales y escritas de un idioma, elegido por la universidad, dentro del sector turístico	"Filología Alemana" "Filología Francesa" "Filología Inglesa"
1	Ampliación de Tecnologías de Restauración.	6	3	3	Gestión de cocina, comedor y bar: compras, ventas, personal, higiene, maquinaria y utillaje. Cocinas, vinos y bebidas de España, Europa y resto del mundo.	"Nutrición y Bromatología" "Organización de Empresas" "Tecnología de Alimentos"
1	Atención al Cliente	6	4,5	1,5	Atención y trato con los clientes. Atención y calidad del servicio al cliente. Tipología de clientes. La importancia del trato y la atención en el servicio de las empresas turísticas	"Comercialización e Investigación de Mercados"
1	Contabilidad Informatizada.	6	3	3	Normalización y planificación contable en las empresas turísticas. Plan general de contabilidad. Principios de valoración generalmente aceptados para las empresas turísticas. Inflación y contabilidad.	"Economía Financiera y Contabilidad"
1	Control de Gestión para las Empresas Turísticas.	6	4,5	1,5	Determinación del coste de los factores, centros y productos turísticos. Análisis de costes, rendimientos y su utilización en la toma de decisiones. Control presupuestario de la productividad, volumen de producción y ventas, costes y rentabilidad por clientes y productos en las empresas turísticas.	"Economía Financiera y Contabilidad"
1	Derecho de la Contratación Turística.	6	4,5	1,5	Contrato de hospedaje, derechos de aprovechamiento por turno, depósito, mediación, transporte y seguro. Contratos de servicios turísticos (contratos celebrados con agencias de viajes y contratos de abastecimiento)	"Derecho Civil" "Derecho Internacional Privado" "Derecho Mercantil"
1	Dirección Estratégica y de Calidad.	6	4,5	1,5	Formulación y planificación estratégica. Análisis de la competencia y desarrollo de ventajas competitivas. La calidad como objetivo empresarial. Técnicas y enfoques de los sistemas de calidad total.	"Organización de Empresas"
1	Etnología del Turismo.	6	4,5	1,5	Cultura y sociedad: conceptos y métodos de investigación. Culturas tradicionales actuales y emergentes. Transculturalidad: etnocentrismo y relativismo cultural. Patrimonio cultural: romerías, ferias y peregrinaciones. Museos etnográficos y turismo.	"Antropología Social"
1	Gestión de la Producción Hotelera.	6	4,5	1,5	Diseño de productos y procesos de producción hotelera. Las decisiones de localización y capacidad en las empresas hoteleras. Los inventarios en las empresas hoteleras y técnicas para su gestión eficaz y eficiente.	"Organización de Empresas"
1	Gestión Pública del Turismo	6	4,5	1,5	Dirección y gestión de políticas turísticas públicas. Elaboración y gestión de proyectos turísticos. Estudio de viabilidad.	"Organización de Empresas"

ANEXO 2-A Contenido del plan de estudios

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

DIPLOMADO EN TURISMO.

3, MATERIAS OPTATIVAS						
Ciclo	Denominación	Créditos-anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
		Totales	Teóricos	Prácticos		
1	Informática*.	6	3	3	La informática en la empresa. Análisis de los sistemas de información para la gestión de empresas. La industria de la información electrónica.	"Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial" "Economía Aplicada" "Fundamentos del Análisis Económico" "Lenguajes y Sistemas Informáticos" "Organización de Empresas"
1	Investigación y Promoción de Mercados Turísticos	6	3	3	Procesos de análisis de mercados. Las encuestas de oferta y demanda. Análisis de resultados con especial atención al sector turístico. Utilización de paquetes informáticos para el análisis de datos e internet. La promoción en los mercados turísticos.	"Comercialización e Investigación de Mercados"
1	Itinerarios Artísticos y Turismo.	6	4,5	1,5	Estudio de las diversas manifestaciones artísticas (arquitectura, escultura, pintura, artes suntuarias...) que pueden aparecer a lo largo de una ruta caracterizada por una determinada unidad geográfica y cultural y que es susceptible de ofrecerse como recurso turístico.	"Historia del Arte"
1	Psicología Social del Turismo.	6	4,5	1,5	Psicología del turismo, actitudes, motivación, satisfacción, contacto social, ocio y tiempo libre, relaciones intergrupales, perfección, impacto percibido	"Psicología Social"
1	Relaciones Públicas y Protocolo.	6	4,5	1,5	Gestión de las relaciones públicas como variable del marketing turístico. La animación turística. El protocolo en el turismo.	"Comercialización e Investigación de Mercados"
1	Tecnologías de Restauración (comida y bebida).	6	3	3	Historia de los alimentos y de la restauración. Técnicas culinarias. Enología y cocktailería. La gastronomía como incentivo turístico: guías, circuitos, publicaciones.	"Nutrición y Bromatología" "Organización de Empresas" "Tecnología de Alimentos"
1	Turismo y Medio Ambiente.	6	4,5	1,5	Relación entre turismo y medio ambiente. Evaluación del impacto ambiental de las actividades turísticas.	"Análisis Geográfico Regional" "Geografía Humana"
* Asignatura que figura en el Plan de Estudios de LADE de la Facultad de C. C. EE y Empresariales de Almería.						

* Asignatura que figura en el Plan de Estudios de LADE de la Facultad de C.C. EE y Empresariales de Almería.

ANEXO 3: ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

ALMERIA

1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE (1)

DIPLOMADO EN TURISMO.

2. ENSEÑANZAS DE

1er

 CICLO (2)

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS (3)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

4. CARGA LECTIVA GLOBAL

115

 CRÉDITOS (4)

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACIÓN (5)	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
1 CICLO	1º	6	18	6	6		36
	2º	17	0	6	0		23
	3º	5	12	24	15		56
2º CICLO	1º	0	0				0
	2º	0	0				0
	3º	0	0				0
TOTAL		28	30	36	21	0	115

(1) Se indicará lo que corresponda

(2) Se indicará lo que corresponda según el art. 4º del R.D. 1497/87 (de 1º y 2º y solo 2º ciclo) y las previsiones del R.D. De directrices generales propias del título de que se trate

(3) Se indicará el Centro Universitario, con expresión de la norma de creación del mismo o de la decisión de la Administración correspondiente por la que se autoriza la impartición de las enseñanzas de dicho Centro.

(4) Dentro de los límites establecidos por el R.D. De directrices generales propias de los planes de estudios del título de que se trate

(5) Al menos el 10 % de la carga lectiva "global"

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO (6)

NO

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A: (7)

SI

 PRACTICAS DE EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS ETC.

SI

 TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS

SI

 ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES

NO

 SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD

NO

 OTRAS ACTIVIDADES

EXPRESIÓN EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS Y DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA. (8)

ASIGNATURAS

Prácticum I

Prácticum II

EQUIVALENCIA

1 Cred = 35 horas

1 Cred = 35 horas

1 Cred = 35 horas

HASTA

5 Créditos

5 Créditos

Créditos

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS: (9)

1er CICLO

3

 AÑOS

2º CICLO

0

 AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL, POR AÑO ACADÉMICO

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/CLÍNICOS
1º	69	42,9+LC	20,1+LC
2º	65	39,9	25,1
3º	71	32,2+LC	23,8+LC
1º			
2º			
3º			

(6) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En caso afirmativo, se consignarán los créditos en el precedente cuadro de distribución de los créditos de la carga lectiva global.

(7) Si o No. Es decisión potestativa de la Universidad. En el primer caso se especificará la actividad a la que se otorgan créditos por equivalencia

(8) En su caso, se consignará "materias troncales", "obligatorias", "optativas", "trabajo fin de carrera", etc., así como la expresión del número de horas atribuidos, por equivalencia, a cada crédito, y el carácter teórico o práctico de éste.

(9) Se expresará lo que corresponda según lo establecido en la directriz general segunda del R.D. De directrices generales propias del título de que se trate.

ORDENACIÓN TEMPORAL DE ASIGNATURAS			
Asignaturas 1er Cuatrimestre	Créditos	Asignaturas de 2º Cuatrimestre	Créditos
PRIMER CURSO			
Contabilidad	6	Introducción a la Economía	4,5
Geografía del Turismo	6	Introducción al Idioma A	6
Historia del Turismo	6	Introducción al Idioma B	6
Introducción a la Economía	4,5	Patrimonio Artístico	6
Introducción al Derecho y Derecho del Consumo	6	1 asignatura de libre configuración	6
Patrimonio Cultural	6	1 asignatura optativa	6
SEGUNDO CURSO			
Estructura de Mercados	6	Idioma A	4,5
Idioma A	4,5	Idioma B	4,5
Idioma B	4,5	Legislación Turística	6
Introducción al Marketing Turístico	6	Marketing Turístico	6
Organización y Gestión de empresas	6	Operaciones y procesos de producción	6
1 asignatura optativa	6	Prácticum I	5
TERCER CURSO			
Análisis Territorial Turístico	4,5	Análisis Territorial Turístico	4,5
Gestión de Recursos Humanos	6	Gestión Financiera	6
Geología del Turismo y del Ocio	6	Prácticum	5
3 asignaturas optativas	18	1 asignatura optativa	6
		2 asignaturas de libre configuración	15

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. La Universidad deberá referirse necesariamente a los siguientes extremos:

- a) régimen de acceso al 2º ciclo. Aplicable sólo al caso de enseñanzas de 2º ciclo al 2º ciclo de enseñanzas de 1º y 2º ciclo, teniendo en cuenta lo dispuesto en los artículos 5º y 8º 2 del R.D. 14/97
 - b) Determinación, en su caso, de la ordenación temporal en el aprendizaje, fijando secuencias entre materias o asignaturas o entre conjuntos de ellas (artículo 9º 1 R.D. 1497/87).
 - b1) Página 4.
 - c1) El período de escolaridad mínimo se establece en 3 años.
 - d) En su caso, mecanismos de convalidación y/o adaptación al nuevo plan de estudios para los alumnos que vineran cursando el plan antiguo (artículo 11 R.D. 1497/87).
2. Cuadro de asignación de la docencia de las mismas troncales a áreas de conocimiento. Se cumplimentará en el supuesto a) de la nota (5) del Anexo 2-A.
3. La Universidad podrá añadir las aclaraciones que estime oportunas para acreditar el ajuste del plan de estudios a las previsiones del R.D. De directrices generales propias del título de que se trate (en especial, en lo que se refiere a la incorporación al mismo de las materias y contenidos troncales y de los créditos y áreas de conocimiento correspondientes según lo dispuesto en dicho R.D.), así como especificar cualquier decisión o criterio sobre la organización de su plan de estudios que estime relevante. En todo caso, estas especificaciones no constituyen objeto de homologación por el Consejo de Universidades.

IV. ACCESO AL SEGUNDO CICLO DE OTRAS TITULACIONES.

IV.1. Título de Licenciado en Ciencias del Trabajo.

- Quienes se encuentren en posesión del título de Diplomado en Turismo, podrán acceder a los estudios de sólo segundo ciclo conducentes a la obtención del título oficial de Licenciado en Ciencias del Trabajo, cursando, de no haberlo hecho con anterioridad, los complementos de formación siguientes:

Complementos	Asignaturas de la UAL donde pueden ser cursados
Historia Político Social (9 créditos)	Historia Social y Política Contemporánea (6 créditos) de la Diplomatura en Relaciones Laborales, e Historia Económica (6 créditos) de la Diplomatura en Ciencias Empresariales y de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas.
Sociología (9 créditos)	Sociología y Técnicas de Investigación Social (11 créditos) de la Diplomatura en Relaciones Laborales.
Psicología (9 créditos)	Psicología del Trabajo (9 créditos) de la Diplomatura en Relaciones Laborales.

Esta Universidad certificará al alumno los complementos de formación superados, a fin de que puedan ser reconocidos por otras Universidades, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 69/2000.

Los complementos de formación se computarán para la obtención por el alumno del número de créditos que deben ser superados por el mismo, de conformidad con lo previsto en el apartado 2 del artículo 6 del Real Decreto Real Decreto 1497/1987, de 27 de Noviembre (B.O.E. 298/87 de 14 de diciembre de 1987)

IV.2 Acceso genérico a otras titulaciones:

Obtenido cualquier título de primer ciclo o superado el primer ciclo de cualquier titulación se puede acceder complementos de formación a las siguientes titulaciones:

De ciclo largo:

- Comunicación Audiovisual (Complementos B.O.E. 12-6-1992)
- Humanidades (Complementos B.O.E. 27-12-1993)
- Periodismo (Complementos B.O.E. 12-6-1992)
- Publicidad y Relaciones Públicas (Complementos B.O.E. 12-6-1992)
- Traducción e Interpretación (Complementos B.O.E. 27-12-1993)

De sólo segundo ciclo:

- Documentación (Complementos B.O.E. 5-8-1993)
- Historia y Ciencias de la Música (Complementos B.O.E. 28-9-1995 y 24-12-1999)
- Lingüística (Complementos B.O.E. 13-1-1993)
- Teoría de la Literatura y Literatura Comparada (Complementos B.O.E. 17-9-1999)

A LOS ALUMNOS QUE VIENEN CURSANDO EL PLAN ANTIGUO Y QUIEREN INCORPORARSE AL NUEVO, SE LES APLICARA LA SIGUIENTE TABLA DE ADAPTACIONES.	
PLAN A EXTINGUIR	PLAN NUEVO
Alemán I	Introducción al Idioma A o B
Alemán II	Idioma A o B
Alemán III	Ampliación de Idioma A o B
Análisis Territorial Turístico	Análisis Territorial Turístico
Atención al Cliente	Atención al Cliente
Contabilidad	Contabilidad
Contabilidad de Empresas Turísticas II (gestión informatizada)	Contabilidad Informatizada
Control de Gestión para las Empresas Turísticas	Control de Gestión para las Empresas Turísticas
Derecho de la Contratación Turística: hospedaje, multipropiedad, depósitos, mediación, transportes y seguros	Derecho de la Contratación Turística
Dirección Estratégica y de Calidad	Dirección Estratégica y de Calidad
Estructura de Mercados	Estructura de Mercados
Enología del Turismo	Enología del Turismo
Francés I	Introducción al Idioma A o B
Francés II	Idioma A o B
Francés III	Ampliación de Idioma A o B
Geografía del Turismo	Geografía del Turismo
Gestión de Producción Hotelera	Gestión de la Producción Hotelera
Gestión de Recursos Humanos	Gestión de Recursos Humanos
Gestión Financiera	Gestión Financiera
Informática Aplicada a la Gestión de Empresas Turísticas	Informática
Inglés I	Introducción al Idioma A o B
Inglés II	Idioma A o B
Inglés III	Ampliación de Idioma A o B
Introducción a la Economía	Introducción a la Economía
Introducción al Derecho y Derecho de la Contratación	Introducción al Derecho y Derecho del Consumm
Introducción al Turismo	Historia del Turismo
Itinerarios Artísticos y Turismo	Itinerarios Artísticos y Turismo
Legislación Turística	Legislación Turística
Marketing Turístico	Introducción al Marketing Turístico Marketing Turístico
Operaciones y Procesos de Producción	Operaciones y Procesos de Producción
Organización y Gestión de Empresas	Organización y Gestión de Empresas
Patrimonio Cultural	Patrimonio Cultural. Patrimonio Artístico
Prácticum I	Prácticum I
Prácticum II	Prácticum II
Prácticum III	Prácticum II
Sociología del Turismo y del Ocio	Sociología del Turismo y del Ocio
Tecnología de Restauración I (comida y bebida)	Tecnología de Restauración (comida y bebida)
Tecnologías de Restauración II	Ampliación de Tecnologías de Restauración

V. ITINERARIOS CURRICULARES.

Los alumnos de la Diplomatura de Turismo deben cursar 36 créditos de asignaturas optativas. La oferta de asignaturas optativas se estructura en los siguientes itinerarios curriculares, que tienen carácter de voluntario para los alumnos.

Itinerario 1: Recursos Turísticos

Ampliación de Idioma A
Ampliación de Idioma B
Etnología del Turismo
Turismo y Medio Ambiente
Tecnologías de restauración
Ampliación de tecnologías de restauración
Gestión pública del turismo
Itinerarios Artísticos y Turismo

Itinerario 2: Mercados Turísticos

Ampliación de Idioma A
Ampliación de Idioma B
Dirección estratégica y de calidad
Investigación y promoción de mercados turísticos
Relaciones públicas y protocolo
Psicología social del turismo
Atención al cliente
Informática

Itinerario 3: Gestión de Empresas Turísticas

Ampliación de Idioma A
Ampliación de Idioma B
Contabilidad informatizada
Control de gestión para las empresas turísticas
Gestión de la producción hotelera
Derecho de la contratación turística
Dirección estratégica y de calidad
Informática

Se entenderá que un alumno ha seguido uno de estos itinerarios cuando haya superado al menos cuatro de las asignaturas que lo integran.