16108 RESOLUCIÓN de 9 de julio de 2003, de la Universidad Oberta de Catalunya, por la que se ordena la publicación de la modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Diplomado en Turismo.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, de 21 de diciembre, y 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 estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Este Rectorado, una vez homologada por la Comisión Académica del Consejo de Coordinación Universitaria en su reunión del día 17 de junio de 2003, ha resuelto ordenar la publicación de una modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Diplomado en Turismo de esta Universidad, consistente en: Incluir en la oferta de optativas las siguientes asignaturas: Dirección de la producción I, de 4,5 créditos, Dirección de la producción II, de 6 créditos, Estrategias y técnicas de comunicación, de 6 créditos, Fundamentos de búsqueda y recuperación de información, de 6 créditos, Introducción a los sistemas de información, de 4,5 créditos, Logística, de 6 créditos, Organización y administración de empresas II, de 6 créditos, Temas actuales de marketing, de 6 créditos.

Barcelona, 9 de julio de 2003.—El Rector, Gabriel Ferraté i Pascual.

ANEXO 2-C. Contenido del plan de estudios.

UNIVERSIDAD

OBERTA DE CATALUNYA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TITULO DE

DIPLOMATURA EN TURISMO

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1)	24
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Alemán I	6	4	2	Intensificación y perfeccionamiento del idioma alemán, con especial aplicación al sector turístico.	Filología Alemana.
Alemán II	6	4	2	Intensificación y perfeccionamiento del idioma alemán, con especial aplicación al sector turístico.	Filología Alemana.
Alemán III	6	4	2	Intensificación y perfeccionamiento del idioma alemán, con especial aplicación al sector turístico.	Filología Alemana.
Ciencia, tecnología y sociedad	6	4,5	1,5	Análisis interdisciplinario de los aspectos sociales, políticos, éticos y culturales del desarrollo científico y tecnológico.	Lógica y Filosofía de la Ciencia. Historia de la Ciencia. Sociología.
Comunicación y marketing interno	6	4,5	1,5	Las relaciones de la empresa y su equipo laboral. Formulación de objetivos. Comunicación interna. Estrategias de marketing interno. Formación y capacitación. Prevención y solución de conflictos entre áreas funcionales	Comercialización e Investigación de Mercados. Organización de Empresas. Psicología Social.
Creación y gestión de productos turísticos	6	4	2	Caracterización de los productos turísticos. Creación y diseño de destinos y productos turísticos. Desarrollo e implantación. Impacto social y medioambiental.	Comercialización e Investigación de Mercados. Organización de Empresas.
Derecho mercantil I	6	4	2	Empresario individual y derecho de sociedades.	Derecho Mercantil.
Destinos turísticos	6	4	2	Áreas turísticas mundiales. Destinos relevantes. Factores de desarrollo turístico. Regiones y diversificación de la oferta. Destinos turísticos emergentes. Turismo y multiculturalismo.	Análisis geográfico regional. Geografía humana.

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Dirección de personal	6	4	2	Selección de personal: modelos, técnicas y procedimientos. Análisis de puestos de trabajo. Planificación estratégica de recursos humanos. Política de personal.	Psicología Social. Sociología.
Dirección de la producción I	4,5	3	1,5	Sistemas de producción y diseño del sistema productivo.	Organización de Empresas.
Dirección de la producción II	6	4	2	Planificación, programación y control de flujo de materiales.	Organización de Empresas.
E-business	6	4	2	Impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el diseño de la organización y la estrategia empresarial. El negocio electrónico	Organización de Empresas. Comercialización e Investigación de Mercados
Ecoturismo	6	4	2	Turismo en entornos de naturaleza: Tipos, Ecoturismo. Áreas naturales protegidas y reservas de la biosfera. Planificación, desarrollo y gestión de actividades ecoturísticas. Ecoturismo y desarrollo de comunidades locales.	Ecología. Análisis geográfico regional. Geografía Humana. Geografía Física.
El mundo islámico	4,5	2,5	2	Introducción a la historia, la cultura y la religión del mundo islámico.	Historia Contemporánea. Estudios Árabes e Islámicos.
El mundo oriental	4,5	2,5	2	Introducción a la historia, la cultura y la religión del mundo oriental.	Historia Contemporánea. Lengua y Cultura del Extremo Oriente.
El ocio en la sociedad actual	4,5	2,5	2	Introducción y análisis del papel fundamental que el concepto de ocio y su gestión han adquirido en la sociedad actual.	Antropología Social. Sociología. Historia del Arte.
Estrategias y técnicas de comunicación	6	4	2	Imagen empresarial. Relaciones públicas. Patrocinio y mecenazgo. Publicidad y promoción: medios a utilizar y su eficacia.	Comercialización e Investigación de Mercados. Organización de Empresas.

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Fundamentos de búsqueda y recuperación de información	6	4	2	Introducción al proceso de búsqueda y recuperación de información. El lenguaje y la recuperación de información. Las fuentes de información. Instrumentos de búsqueda. El proceso de búsqueda. Valoración de los resultados. Presentación de los resultados.	Organización de Empresas. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Biblioteconomía y Documentación.
Geografía Humana	6	4	2	Geografía de la sociedad humana y de sus relaciones con el medio, introduciendo el estudio de la población, de las actividades económicas y de los paisajes rurales y urbanos	Geografía Humana.
Geografía Regional	4,5	2,5	2	Regionalización del mundo, haciendo especial referencia a la geografía regional de España.	Análisis Geográfico Regional.
Gestión de la diversidad	6	4	2	Estrategias para la organización y la mejor comunicación en las relaciones que comportan perspectivas culturales diversas.	Sociología.
Gestión pública	4,5	2,5	2	La gestión pública en los estados del bienestar. Principios y criterios de actuación. La gestión de los servicios públicos.	Ciencia Política y de la Administración. Derecho Administrativo. Economía Aplicada.
Gestión pública del turismo	6	4	2	La Administración Pública y la actividad turística. Políticas de ordenación y planificación turística. Competencias de los diferentes niveles. Regulación turística. El espacio litoral como recurso turístico. Puertos deportivos.	Derecho Administrativo. Economía aplicada. Organización de Empresas. Análisis geográfico regional.
Guía y dinámica de grupos	6	4	2	Técnicas aplicables al guía turístico. Organización de viajes. Dinámica de grupos. Técnicas de atención al turista.	Antropología Social. Sociología. Psicología Social.

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Historia Contemporánea I	4,5	2,5	2	Estudio de los principales procesos sociales y hechos culturales que se relacionan más directamente con la configuración del mundo actual.	Historia Contemporánea.
Historia Contemporánea II	4,5	2,5	2	Estudio de los principales procesos sociales y hechos culturales que se relacionan más directamente con la configuración del mundo actual.	Historia Contemporánea.
Historia del Arte I	7,5	4	3,5	Estudio de las principales manifestaciones artísticas hasta el Barroco.	Estética y Teoría de las Artes. Historia del Arte.
Historia del Arte II	7,5	4	3,5	Estudio de las principales manifestaciones artísticas desde el Barroco hasta el presente.	Estética y Teoría de las Artes. Historia del Arte.
Historia Moderna	7,5	4	3,5	Estudio de los principales procesos sociales y de los hechos culturales de la historia moderna.	Historia Moderna
Innovación del turismo	6	4	2	Nuevo modelo de turismo para la sociedad del conocimiento. Turismo de cruceros. Turismo Urbano. Patrimonio y turismo cultural: patrimonio de la Humanidad. Parques temáticos. Turismo de eventos.	Sociología. Geografía humana. Análisis geográfico regional. Antropología Social. Comercialización e Investigación de Mercados.
Interculturalidad	4,5	2,5	2	Los problemas interculturales.	Antropología Social.
Introducción a los sistemas de información	4,5	3	1,5	Introducción a la organización y gestión de redes y sistemas de unidades informativas. Introducción a los sistemas de información en las organizaciones.	Ciencia de la Computación y Inteligencia Artificial. Lenguajes y Sistemas Informáticos. Organización de Empresas.

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Instrumentos de planificación de zonas turísticas	6	4	2	Instrumentos, métodos y procesos de planificación turística regional. Planificación y ordenación del espacio turístico. Regulación.	Análisis Geográfico Regional.
Logística	6	4	2	Aprovisionamiento y logística de las materias primas.	Organización de Empresas.
Macroeconomía	6	4	2	Conocimientos básicos de macroeconomía	Economía Aplicada. Fundamentos del Análisis Económico.
Marketing electrónico	6	4	2	Marketing y comercio electrónico. Las redes telemáticas como canal de distribución y medio para la comunicación comercial. Internet como mercado.	Comercialización e Investigación de Mercados
Dirección de marketing de la empresa turística	6	4	2	Los productos turísticos. La fijación del precio y la función de distribución en el sector turístico. Comunicación y publicidad. El plan de marketing turístico.	Comercialización e Investigación de Mercados
Microeconomía	6	4	2	Conocimientos básicos de microeconomía.	Fundamentos del Análisis Económico. Economía Aplicada.
Ocio y Sociedad del Bienestar	6	4	2	La nueva dimensión del ocio. El ocio en la sociedad del conocimiento. Las actividades del ocio como elemento integrador y socializador. Turismos especializados por segmentos de edades y de intereses.	Sociología. Psicología Social. Comercialización e Investigación de Mercados. Economía Aplicada.
Organizaciones intensivas en información	4,5	2,5	2	Información y conocimiento como recurso en las organizaciones. Concepto y características de organización intensiva en información. Posibilidades de estas organizaciones en el nuevo paradigma virtual. Modelos y estrategias en organizaciones intensivas en información.	Organización de Empresas. Lenguaje y Sistemas Informáticos. Biblioteconomía y Documentación.

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Organización y administración de empresas II	6	4	2	Métodos y técnicas de dirección y organización de la empresa con especial acento en los recursos humanos.	Organización de Empresas.
Prácticas empresariales I	6	4	2	Prácticas integrales.	Todas las vinculadas a las materias troncales u obligatorias de universidad de la titulación
Prácticas empresariales II	6	4	2	Prácticas integrales.	Todas las vinculadas a las materias troncales u obligatorias de universidad de la titulación
Psicología de las organizaciones	6	4	2	El enfoque psicológico de las organizaciones. Tipología de las organizaciones. Estrategias de intervención grupal y organizacional.	Psicología social.
Retos actuales de la política	6	4	2	Principales instituciones sociales y políticas actuales.	
Restauración	6	4	2	Características de la restauración moderna. Tendencias en los servicios de restauración. Análisis del sector.	Tecnología de Alimentos. Organización de Empresas.
Sistemas de información turística	6	4	2	Organización e implementación de sistemas de información para la toma de decisiones empresariales. Sistemas de información turística global. Implementación, mantenimiento y control de calidad de los sistemas de información turísticos. Portales temáticos.	Organización de Empresas. Biblioteconomía y Documentación. Lenguajes y sistemas Informáticos. Economía aplicada.
Técnicas de gestión y comunicación	4,5	2,5	2	Habilidades de comunicación. Gestión de la comunicación interpersonal. Presentaciones. Dirección de reuniones. Técnicas de negociación.	Organización de Empresas. Comunicación Audiovisual.
Tecnologías del comercio electrónico	6	4	2	Elementos tecnológicos que intervienen en el comercio electrónico. Aplicaciones informáticas e instrumentos de telecomunicación.	Lenguajes y Sistemas Informáticos. Comercialización e Investigación de Mercados. Organización de Empresas

(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.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)				Créditos totales para optativas (1) 24 - por ciclo - curso	
Denominación (2)	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Turismo y Tecnologías de la Información	6	4	2	Transformación del negocio turístico a consecuencia de las TIC. Su impacto y posibilidades para las PYMES. Aplicación de las TIC a diversos servicios. Iniciativas regionales y nacionales.	Lenguajes y Sistemas Informáticos. Ciencias de la Computación y sistemas Informáticos.
Temas actuales de marketing	6	4	2	Innovaciones en la dirección comercial.	Comercialización e Investigación de Mercados. Organización de Empresas.
Sociología	6	4,5	1,5	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.	Sociología

(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.