

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

17551 *Resolución de 25 de octubre de 2010, de la Universidad de Málaga, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 30 de julio de 2010 (publicado en BOE de 29 de septiembre),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la anterior, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Málaga, que queda estructurado conforme al siguiente anexo.

Málaga, 25 de octubre de 2010.–La Rectora, Adelaida de la Calle Martín.

ANEXO**Plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Málaga**

1. Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Orientación: Profesional, Investigadora/Académica.
3. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia:

| Tipo de Materia | Créditos It. Invest/ Acad. | Créditos It. Profesional |
|---------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Obligatorias | 36 | 30 |
| Optativas | 12 | 12 |
| Prácticas Externas | – | 6 |
| Trabajo Fin de Máster | 12 | 12 |
| Créditos totales | 60 | 60 |

4. Contenido del plan de estudios.

| Módulo | Materia | Asignatura | ECTS |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| FORMACIÓN BÁSICA EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO. | E S T R U C T U R A E C O N Ó M I C A D E L T U R I S M O. | ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS ESCENARIOS (Oblig. común). | 6 |
| | M É T O D O S C U A N T I T A T I V O S A P L I C A D O S A L T U R I S M O. | MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO (Oblig. común). | 9 |
| | G E S T I Ó N T E R R I T O R I A L T U R Í S T I C A. | PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA (Oblig. común). | 6 |
| | H A B I L I D A D E S D I R E C T I V A S E N O R G A N I Z A C I O N E S T U R Í S T I C A S. | HABILIDADES DIRECTIVAS (Oblig. común). | 3 |
| | T E C N O L O G Í A S D E L A I N F O R M A C I Ó N Y L A S C O M U N I C A C I O N E S A P L I C A D A S A L T U R I S M O. | TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM. (Oblig. común). | 6 |
| F O R M A C I Ó N C O M P L E M E N T A R I A E N D I R E C C I Ó N D E E M P R E S A S Y O R G A N I Z A C I O N E S T U R Í S T I C A S. | G E S T I Ó N Y D I R E C C I Ó N D E E M P R E S A S T U R Í S T I C A S. | G E S T I Ó N E C O N Ó M I C O - F I N A N C I E R A D E E M P R E S A S T U R Í S T I C A S (Opat.). | 3 |
| | | D I R E C C I Ó N D E R E C U R S O S H U M A N O S E N E M P R E S A S T U R Í S T I C A S (Opat.). | 3 |
| | | G E S T I Ó N A V A N Z A D A D E L A P R O D U C C I Ó N Y L A C A L I D A D D E E M P R E S A S T U R Í S T I C A S (Opat.). | 3 |
| | | F U N D A M E N T O S D E L R E V E N U E M A N A G E M E N T (Y I E L D M A N A G E M E N T) (Opat.). | 3 |
| | M A R K E T I N G A P L I C A D O A E M P R E S A S T U R Í S T I C A S. | EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN (Opat.). | 3 |
| | I N F O R M Á T I C A P A R A L A G E S T I Ó N D E E M P R E S A S T U R Í S T I C A S. | TIC's APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS (Opat.). | 3 |
| F O R M A C I Ó N C O M P L E M E N T A R I A E N P L A N I F I C A C I Ó N Y G E S T I Ó N D E D E S T I N O S T U R Í S T I C O S. | C R E A C I Ó N Y C O M E R C I A L I Z A C I Ó N D E P R O D U C T O S T U R Í S T I C O S. | CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS (Opat.). | 3 |
| | S O S T E N I B I L I D A D E N L A G E S T I Ó N D E L O S D E S T I N O S T U R Í S T I C O S. | HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO (Opat.). | 3 |
| | | G E S T I Ó N Y D I V U L G A C I Ó N D E L P A T R I M O N I O C U L T U R A L (Opat.). | 3 |
| | S I S T E M A S D E I N F O R M A C I Ó N G E O G R Á F I C A A P L I C A D O S A L T U R I S M O. | SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO (Opat.). | 3 |

| Módulo | Materia | Asignatura | ECTS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| F O R M A C I Ó N COMPLEMENTARIA EN MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO. | MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO. | METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO (Oblig. Itinerario Investigador/Acad.). | 6 |
| F O R M A C I Ó N COMPLEMENTARIA DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. | PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. | PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS (Oblig. Itinerario Profesional). | 6 |
| PROYECTO FIN DE MASTER. | TRABAJO FIN DE MASTER. | TRABAJO FIN DE MASTER (Oblig. común). | 12 |

5. Ordenación temporal del aprendizaje.

| Asignatura | Temporalidad |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL SECTOR TURÍSTICO. MODELOS DE NEGOCIOS Y NUEVOS ESCENARIOS. MÉTODOS CUANTITATIVOS APLICADOS AL TURISMO. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TERRITORIAL TURÍSTICA. HABILIDADES DIRECTIVAS. TECNOLOGÍAS APLICADAS AL E-TOURISM. | Primer semestre |
| GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS TURÍSTICAS. GESTIÓN AVANZADA DE LA PRODUCCIÓN Y LA CALIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS. FUNDAMENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT (YIELD MANAGEMENT). EL MERCADO: SU CONOCIMIENTO, ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN. TIC's APLICADAS A LA GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO. GESTIÓN Y DIVULGACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL. GESTIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DESARROLLO LOCAL. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS AL TURISMO. METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO. PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. TRABAJO FIN DE MASTER. | Segundo semestre |