

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

- 1597** *Resolución de 16 de enero de 2015, de la Universidad de Girona, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Dirección y Planificación de 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 Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros de 28 de octubre de 2011 (publicado en el «BOE» número 284, de 25 de noviembre de 2011),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Dirección y Planificación de Turismo por la Universidad de Girona.

Girona, 16 de enero de 2015.–El Rector, Sergi Bonet Marull.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE TURISMO POR LA UNIVERSIDAD DE GIRONA

Estructura de las enseñanzas

1. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título (Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1): Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación obligatoria	21
Formación optativa	21
Prácticas externas (obligatorias)	6
Trabajo de fin de máster.	12
Total	60

3. Contenido del plan de estudios:

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter
Formación avanzada.	Desarrollo de destinos.	3	OB
	Desarrollo sostenible del turismo.	3	OB
	Gestión económica de destinos.	3	OB
	Gestión financiera de productos turísticos.	3	OB
	Habilidades directivas.	3	OB
Metodologías para la investigación.	Técnicas cualitativas.	3	OP
	Técnicas cuantitativas.	3	OP
	Turismología.	3	OP
Gestión de destinos.	Gestión tecnológica de la información turística.	3	OB
	Imagen y branding en los destinos.	3	OB
	Control de gestión de una DMO.	3	OB
	Gestión turística de destinos urbanos.	3	OB
	Instrumentos de planificación del territorio y el paisaje turístico.	3	OB
	Redes y gobernanza en el turismo.	3	OB
	Técnicas de análisis e información territorial.	3	OB
Productos turísticos.	Comportamiento y segmentación del consumidor.	3	OB
	Desarrollo de productos turísticos.	3	OB
	Emprendimiento, creatividad e innovación.	3	OB
	Establecimiento de precios y presupuesto de marketing.	3	OB
	Gestión operativa de proyectos turísticos.	3	OB
	La contratación en el desarrollo y gestión de productos turísticos.	3	OB
	Marketing de productos turísticos.	3	OB
Prácticas externas.	Prácticas externas.	6	PE
Trabajo fin de máster.	Trabajo fin de máster.	12	TFM