

**4641** *REAL DECRETO 172/2001, de 23 de febrero, por el que se homologa el título de Diplomado en Turismo del Centro Florida Universitaria, de Catarroja, adscrito a la Universidad de Valencia.*

Aprobado el plan de estudios que conduce a la obtención del título de Diplomado en Turismo del Centro Florida Universitaria, de Catarroja, adscrito a la Universidad de Valencia, cuyas enseñanzas han sido autorizadas por Decreto 143/2000, de 26 de septiembre, del Gobierno Valenciano, y dado que el mismo se ajusta a las condiciones generales establecidas por la normativa vigente, y ha sido informado favorablemente por el Consejo de Universidades, procede la homologación del referido título.

Esta homologación se efectúa de acuerdo con lo establecido en el apartado 5, en relación con el 4, del artículo 58 de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria; el Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios; el Real Decreto 604/1996, de 15 de abril, por el que se establece el título universitario oficial de Diplomado en Turismo y las directrices generales propias del plan de estudios conducente a la obtención de aquél, y demás normas dictadas en su desarrollo.

En su virtud, a propuesta de la Ministra de Educación, Cultura y Deporte y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 23 de febrero de 2001,

**DISPONGO:**

**Artículo 1.**

1. Se homologa el título de Diplomado en Turismo del Centro Florida Universitaria, de Catarroja, adscrito

a la Universidad de Valencia, conforme al plan de estudios que se contiene en el anexo.

2. Al título a que se refiere el apartado anterior, le será de aplicación lo establecido en los artículos 1 al 5 del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios.

3. Las futuras modificaciones del indicado plan de estudios serán homologadas por el Consejo de Universidades conforme a las condiciones generales legalmente establecidas.

**Artículo 2.**

El título a que se refiere el artículo anterior se expedirá por el Rector de la Universidad de Valencia, de acuerdo con lo establecido en el artículo 10.3 del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, y normas dictadas en su desarrollo, con expresa mención del presente Real Decreto que homologa el título.

**Disposición final primera.**

Por el Ministro de Educación, Cultura y Deporte, en el ámbito de sus competencias, se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo del presente Real Decreto.

**Disposición final segunda.**

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid a 23 de febrero de 2001.

**JUAN CARLOS R.**

La Ministra de Educación, Cultura y Deporte,  
**PILAR DEL CASTILLO VERA**

## ANEXO

UNIVERSIDAD

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (ESTUDI GENERAL)

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE  
DIPLOMADO EN TURISMO "CENTRO FLORIDA UNIVERSITARIA"

## 1. MATERIAS TRONCALES

CICLO	curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	1	IDIOMAS	LENGUA INGLESA PARA TURISMO I	9T	0T	9T	Intensificación y perfeccionamiento de dos idiomas, elegidos por la universidad y con especial aplicación al sector turístico.	FILOLOGÍA INGLESA FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA
			LENGUA ALEMANA PARA TURISMO I	4,5	0	4,5		
			LENGUA ITALIANA PARA TURISMO I	4,5	0	4,5		
			LENGUA FRANCESA PARA TURISMO I	4,5	0	4,5		
1	1	DERECHO Y LEGISLACIÓN	DERECHO Y LEGISLACIÓN	9T	9T	0T	Introducción al Derecho. Derecho de la contratación y del consumo en el sector turístico. Legislación específica del turismo.	DERECHO CIVIL DERECHO MERCANTIL DERECHO DEL TRABAJO Y DE LA SEGURIDAD SOCIAL DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO DERECHO ADMINISTRATIVO
			ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS	T9	6T	3T	Análisis de las estructuras organizativas y de los recursos humanos de las empresas turísticas.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	1	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS I ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS: LOS RECURSOS HUMANOS	4,5 4,5	3 3	1,5 1,5	Estudio del medio para el desarrollo de turismo. Su implantación y ordenación en el espacio. Manifestaciones artísticas y culturales. Análisis del patrimonio cultural como recurso turístico.	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL GEOGRAFÍA HUMANA ECOLOGÍA
			RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	9T	6T	3T		
1	2	PATRIMONIO CULTURAL	PATRIMONIO CULTURAL	6T+1,5A 7,5	6T+1,5A 7,5	0T 0	Coniabilidad financiera y de costes aplicadas al turismo. Análisis de los flujos turísticos. Estructura de los mercados turísticos. Oferta y demanda.	ANTROPOLOGÍA SOCIAL HISTORIA DEL ARTE
			CONTABILIDAD	6T 6	3T 3	3T 3		
1	1	ESTRUCTURA DE MERCADOS	ESTRUCTURA DE MERCADOS	6T 6	4,5T 4,5	1,5T 1,5		ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD ECONOMÍA APLICADA SOCIOLOGÍA PSICOLOGÍA SOCIAL

**1. MATERIAS TRONCALES**

CICLO	curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	1	MARKETING TURISTICO	MARKETING TURISTICO	6T	4,5T	1,5T	Creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1	1	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	6T	4,5T	1,5T	Introducción al análisis económico, con especial referencia al turismo.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
1	1	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN	6T	6T	0T	Operaciones y procesos de restauración, alojamiento, intermediación turística y ocio.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS NUTRICIÓN Y BRONATOLÓGIA ECONOMÍA APLICADA SOCIOLOGÍA
1	3	PRACTICUM	PRACTICUM	10T+5A	0T	15	Prácticas en organizaciones e instituciones de turismo.	TODAS LAS ÁREAS DE LA TITULACIÓN

**1. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)**

CICLO	curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	2	LENGUA INGLESA PARA TURISMO II	LENGUA INGLESA PARA TURISMO II	4,5	0	4,5	Estudio de la lengua inglesa en el contexto del turismo. Competencia comunicativa escrita.	FILOLOGÍA INGLESA
1	2	LENGUA EXTRANJERA PARA TURISMO II	LENGUA FRANCESA PARA TURISMO II LENGUA ITALIANA PARA TURISMO II LENGUA ALEMANA PARA TURISMO II	4,5	0	4,5	Estudio de la lengua extranjera en el contexto del turismo: Competencia comunicativa escrita. El estudiante deberá cursar una lengua en función de la lengua materna que hubiera elegido en la materia troncal.	FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA
1	2	PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO	PSICOLOGÍA SOCIAL DEL TURISMO	6	4,5	1,5	Teorías psicossociológicas. Procesos psicossociológicos básicos aplicados al turismo. Actitudes sociales. El comportamiento colectivo del turista. Medio ambiente y comportamiento del turista. La interacción social. El rol del turista. Necesidades y demanda de servicios.	PSICOLOGÍA SOCIAL
1	2	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN EN TURISMO	4,5	1,5	3	Tecnología de la información en el negocio turístico, demanda, canales de distribución y producción, sistema de reservas computerizados, sistemas globales de distribución, internet, WWW, utilización de los sistemas de información en la industria turística.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

1. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)								
CICLO	curso	Denominación	Asignatura/s en las que la Universidad en su caso, organiza/diversifica la materia	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		

1	2	ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO I	ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO I	4,5	3	1,5	<p>Analisis de las principales manifestaciones artísticas dentro del ámbito de la actual Comunidad Valenciana.</p> <p>Definición y conceptualización de las variables que determinan el sector turístico. Medidas descriptivas del fenómeno turístico, caracterizaciones y modelos de determinación de la demanda turística, determinación y cuantificación de la oferta turística.</p> <p>Definiciones y tratamiento de las estadísticas básicas: Por frontera, de ino inicios turísticos, etc.</p>	HISTORIA DEL ARTE FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1	2	TÉCNICAS CUANTITATIVAS	TÉCNICAS CUANTITATIVAS	4,5	3	1,5	<p>Definición y conceptualización de las variables que determinan el sector turístico. Medidas descriptivas del fenómeno turístico, caracterizaciones y modelos de determinación de la demanda turística, determinación y cuantificación de la oferta turística.</p> <p>Definiciones y tratamiento de las estadísticas básicas: Por frontera, de ino inicios turísticos, etc.</p>	
1	2	MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO TURÍSTICO	MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO TURÍSTICO	4,5	3	1,5	<p>Analisis de los impactos paisajísticos y ambientales del turismo. El paisaje como un producto de la naturaleza y de la cultura. Métodos y técnicas de interpretación del paisaje.</p>	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL. GEOGRAFÍA HUMANA
1	2	POLÍTICA TURÍSTICA I	POLÍTICA TURÍSTICA I	4,5	3	1,5	<p>Elaboración de la política turística. Objetivos, instrumentos y agentes. Implementación y evaluación.</p>	ECONOMÍA APLICADA

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)							
CICLO	curso	DENOMINACIÓN	Breve descripción del contenido	Créditos anuales			Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos	
				Créditos totales para optativas : 135 - por ciclo: 1º: 135			
1	0	LENGUA EXTRANJERA PARA TURISMO III	Estudio de la lengua extranjera en el contexto del turismo. Profundización en las competencias comunicativas adquiridas. El estudiante podrá cursar, como créditos de materias optativas, una única lengua.	4,5	0	4,5	FILOLOGÍA INGLESA FILOLOGÍA ALEMANA FILOLOGÍA ITALIANA FILOLOGÍA FRANCESA
1	0	LENGUA INGLESA PARA TURISMO III	Concepto y naturaleza de la investigación del mercado turístico. La investigación cualitativa y sus técnicas. La investigación cuantitativa y sus técnicas. Escalas y técnicas de medidas. El trabajo de campo. Técnicas de análisis de datos y emisión del informe. La segmentación del mercado turístico.	4,5	0	4,5	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	LENGUA ALEMANA PARA TURISMO III		4,5	0	4,5	
1	0	LENGUA ITALIANA PARA TURISMO III		4,5	0	4,5	
1	0	LENGUA FRANCESA PARA TURISMO III		4,5	0	4,5	
1	0	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		4,5	3	1,5	
1	0	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		4,5	3	1,5	

## 1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

		Créditos totales para optativas : 135 - por ciclo: 1º: 135				Vinculación a áreas de conocimiento	
CICLO	curso	DENOMINACIÓN	Créditos anuales		Breve descripción del contenido		
			Totales	Teóricos / Prácticos/ clínicos			
1	0	GESTIÓN FINANCIERA	4,5	3	1,5	EI mercado de capitales y la financiación externa de la empresa turística. El coste de los recursos financieros. Criterios de selección y valoración de proyectos de inversión. Riesgo económico y financiero. - La estructura financiera optima y la política de dividendos. La liquidez y la planificación de la empresa turística.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	0	FINANCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA TURÍSTICA	4,5	3	1,5	El Sistema financiero internacional. El mercado de divisas al contado y a plazos. - Determinación de los tipos de cambio. El euromercado: mercado de créditos y eurobonos técnicos de cobertura del riesgo de cambio internas y externas a la empresa.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	0	MERCADO LABORAL EN TURISMO	4,5	3	1,5	La economía laboral en el sector turístico, la oferta y demanda de trabajo, calidad y cualificaciones. Estacionalidad y sistemas de remuneración. Estructura salarial, determinación del empleo.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
1	0	MERCADO LABORAL EN TURISMO	4,5	3	1,5	Los grupos de trabajo conducta organizacional. Aspectos psicosociales de las organizaciones turísticas. Estructura organizacional y poder, autoridad. Clima organizacional entorno y aspectos psicosociales determinantes intercambio social y contrato psicológico.	PSICOLOGÍA SOCIAL
1	0	PSICOLOGÍA DE LOS GRUPOS Y ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Habilidades de comunicación interpersonal dirección de reuniones. Procesos de relación intercursos, en turismo. Gestión de conflictos. Habilidades de negociación social.	PSICOLOGÍA SOCIAL
1	0	HABILIDADES INTERPERSONALES Y RELACIONES HUMANAS	4,5	3	1,5	Análisis de las principales manifestaciones artísticas dentro de la cultura europea y su relación con la española.	HISTORIA DEL ARTE
1	0	ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO II	4,5	3	1,5	Turismo y desarrollo regional y local. Concepto y principios del desarrollo sostenible. Modelos objetivos, planificación y estrategias de desarrollo turístico sostenible.	ECONOMÍA APLICADA
1	0	ARTE COMO RECURSO TURÍSTICO II	4,5	3	1,5	Valoración de la estructura económica del turismo. Crecimiento del sector turístico y economías nacionales. Creación de empleos e ingresos. Balanza de pagos del turismo. Empresas multinacionales. Papel del Gobierno. Impacto y peso del turismo dentro de la economía. Análisis sectorizado de la actividad mediante modelos Input-Output.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO ECONOMÍA APLICADA
1	0	TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	4,5	3	1,5		
1	0	TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE	4,5	3	1,5		
1	0	ECONOMÍA DEL TURISMO	4,5	3	1,5		
1	0	ECONOMÍA DEL TURISMO	4,5	3	1,5		

CICLO		curso		DENOMINACIÓN		Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
						Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	0	ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA		4,5	3	1,5	Indicadores económicos del turismo español. Organización y tratamiento de las bases de datos. Análisis de tendencia. Estacionalidad y ciclos en la actividad turística. Análisis de series temporales y de datos cross-section que permitan las comparaciones a nivel nacional, internacional e interprofesional. Predicciones objetivas y subjetivas de la actividad turística. Informes de coyuntura turística.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO		
1	0	ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA		4,5	3	1,5				
1	0	POLÍTICA TURÍSTICA II		4,5	3	1,5		Estrategias actuales de política turística. El caso español. Problemáticas y análisis de casos nuevos productos y oferta complementaria.	ECONOMÍA APLICADA	
1	0	POLÍTICA TURÍSTICA II		4,5	3	1,5				
1	0	SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO		4,5	4,5	0	Turismo como fenómeno sociológico, turismo y ocio. Negocio y relaciones laborales. Las culturas del turismo. Impactos culturales del turismo.	ANTROPOLOGÍA SOCIAL. SOCIOLOGÍA		
1	0	SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO		4,5	4,5	0				
1	0	TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LA INFORMACION CONTABLE		4,5	0	4,5	Introducir al alumno en el desarrollo de una aplicación informática en contabilidad.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		
1	0	TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LA INFORMACION CONTABLE		4,5	0	4,5				
1	0	GEOGRAFIA DE LAS REGIONES TURISTICAS MEDITERRÁNEAS		4,5	3	1,5	Análisis geográfico regional del ámbito mediterráneo. Estudio de la organización territorial turística del Mediterráneo.	ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL. GEOGRAFIA HUMANA		
1	0	GEOGRAFIA DE LAS REGIONES TURISTICAS MEDITERRÁNEAS		4,5	3	1,5				
1	0	INFORMÁTICA APLICADA A BASES DE DATOS TURÍSTICOS		4,5	3	1,5	Manejo de bases de datos de turismo, primavera, coyuntura, OMT, relaciones entre variables y análisis de causalidad.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO		
1	0	INFORMÁTICA APLICADA A BASES DE DATOS TURÍSTICOS		4,5	3	1,5				
1	0	DERECHO DE LA CONTRATACIÓN		4,5	4,5	0	Breve introducción al Derecho de Obligaciones y análisis de los contratos que integran la actividad del sector en consideración a la oferta al público (Contratos de arrendamiento, multipropiedad, transportes...).	DERECHO CIVIL		
1	0	DERECHO DE LA CONTRATACIÓN		4,5	4,5	0				
1	0	ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS		4,5	3	1,5	El plan de ventas en una empresa turística. La ejecución del programa de ventas. La organización en un Departamento de ventas. Selección y formación del equipo de ventas. Motivación y sistemas de remuneración de los vendedores. Evaluación control del equipo de ventas. Marketing directo integrado y su aplicación en la empresa turística. La publicidad y la venta por correo. La utilización del telemarketing para la venta turística. Internet, La Web y otros medios electrónicos como elementos de venta y promoción de servicios turísticos.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
1	0	ORGANIZACIÓN Y SISTEMAS DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS		4,5	3	1,5				

		Créditos totales para optativas : 135 - por ciclo: 1º: 135					
CICLO	curso	DENOMINACIÓN	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
1	0	CONTABILIDAD DE ESTADOS FINANCIEROS	4,5	3	1,5	Análisis mediante el análisis de los ratios la situación de la empresa, interpretar las cuentas anuales y posibilitar su diagnóstico.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	0	CONTABILIDAD DE ESTADOS FINANCIEROS	4,5	3	1,5		ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	0	CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Introducir al alumno en la contabilidad de costes, hasta la gestión de los mismos y auditoría interna en el sector servicios.	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD
1	0	CONTABILIDAD DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Diseño de la estrategia de la empresa	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	Estudio de las estrategias competitivas genéricas y de los métodos de análisis competitivo; aplicación al sector turístico a partir de casos, prácticos y lecturas.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	3	1,5	La calidad como ventaja competitiva.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	4,5	3	1,5	Dirección estratégica de la calidad. La autoevaluación para la calidad. Premios a la calidad. Los recursos humanos y la calidad. La participación y el trabajo en equipo. La formación. Estudio de casos y experiencias en el sector turístico	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	4,5	3	1,5		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	CREACION DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	1,5	3	La problemática del emprendedor. Procedimiento para elaborar un plan de viabilidad. Analizando todas las actividades necesarias. Elaboración de un proyecto real de creación de una empresa.	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	CREACION DE EMPRESAS TURÍSTICAS	4,5	1,5	3		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	RAZONAMIENTO ESTRATÉGICO Y JUEGOS PARA EMPRESARIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5	Equilibrios del juego, estrategias combinadas. Juegos dinámicos con información perfecta. Juegos estáticos con información incompleta. Juegos dinámicos con información incompleta. Simulaciones empresariales.	FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1	0	RAZONAMIENTO ESTRATÉGICO Y JUEGOS PARA EMPRESARIOS TURÍSTICOS	4,5	3	1,5		FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO
1	0	MARKETING DE HOTELES Y RESTAURANTES	4,5	3	1,5	La estrategia de marketing en la apertura de un nuevo establecimiento hotelero. Las estrategias de marketing de un hotel restaurante establecido. Segmentación del mercado y posicionamiento del establecimiento. El análisis del producto. El análisis y determinación del precio. La promoción del establecimiento hotelero. La campaña de publicidad y otras formas para atraer clientes a un hotel	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	MARKETING DE HOTELES Y RESTAURANTES	4,5	3	1,5		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
1	0	DERECHO DE LA EMPRESA TURÍSTICA Y CONTRATACIÓN EMPRESARIAL	4,5	4,5	0	Análisis del derecho de sociedades en consideración a la actividad empresarial, e instrumentos de actuación (contratos de colaboración, etc), así como de las leyes que regulan el desarrollo de la misma (Ley de Competencia, Ley de Publicidad...).	DERECHO MERCANTIL
1	0	DERECHO DE LA EMPRESA TURÍSTICA Y CONTRATACIÓN EMPRESARIAL	4,5	4,5	0		DERECHO MERCANTIL

1. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)							Créditos totales para optativas : 135 - por ciclo: 1º: 135	
CICLO	curso	DENOMINACIÓN	Créditos anuales				Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos			
I	0	TRIBUTACIÓN DEL SECTOR TURISMO	4,5	4,5	0		DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO	
		TRIBUTACIÓN DEL SECTOR TURISMO	4,5	4,5	0	Análisis de la imposición sobre la renta obtenida por el empresario turístico individual (IRPF), así como de la imposición sobre la renta obtenida por el empresario turístico colectivo (Impuesto sobre sociedades)		
I	0	GESTIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA BÁSICA	4,5	3	1,5		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	
		GESTIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA BÁSICA	4,5	3	1,5	Particularidades de la industria de alojamiento. La oferta de alojamiento. Tipología de productos de alojamiento. Tendencias de la industria hotelera, importancia de las nuevas tecnologías. Las cadenas hoteleras. Estructuración y organización organizativa de los hoteles. Calidad de servicio. Legislación en establecimientos de alojamiento turístico. La franquicia en el sector hotelero.		
I	0	GESTIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE	4,5	3	1,5		ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	
		GESTIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE	4,5	3	1,5	Situación del sector de agencias de viajes como afrontar el futuro. Concepto de agencias de viajes; funciones. Tipos de agencias de viajes. Distribución en la agencia de viajes. Importancia e incidencia de las nuevas tecnologías en la agencia de viajes. Legislación sobre agencias de viajes.		
I	0	ÉTICA Y EMPRESA	4,5	3	1,5		FILOSOFÍA	
		ÉTICA Y EMPRESA	4,5	3	1,5	Análisis de los valores éticos y las normas morales implícitas en la actividad empresarial y en las organizaciones. Diagnóstico de la filosofía, la cultura y la ética empresarial. Instrumentos y procesos de desarrollo de los valores humanos en los negocios y las organizaciones. Responsabilidad social de la empresa.		

ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD :

**1. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS**

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

2. ENSEÑANZAS DE  CICLO

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

4. CARGA LECTIVA GLOBAL  CRÉDITOS

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CRÉDITOS LIBRE CONFIGURACION	TOTALES
1 CICLO	1º	60	0	0	0	60
	2º	13'5	37'5	9	0	60
	3º	15	0	27	18	60
	TOTAL	(821+6.5A) 88.5	37.5	36	18	180

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXÁMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO

6.  SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:  
 PRÁCTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS, ETC.  
 TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS.

ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD  
 OTRAS ACTIVIDADES.

EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: ...15... CRÉDITOS.  
 EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA 15 crédito = 240 horas, en la materia troncal "Practicum".

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:  
 1º CICLO  AÑOS.

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

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRÁCTICOS/ CLÍNICOS
1	60	45	15
2	60	45	15
3	60	45	15

## II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

### Ordenación temporal del aprendizaje:

El presente plan de estudios se presenta articulado como enseñanza de Primer Ciclo con una duración de tres años, estructurado a su vez cada año académico en dos semestres.

La distribución de asignaturas por curso y semestre es la siguiente:

DIPLOMATURA EN TURISMO					
AÑO	PERIODO	CARÁCTER	MATERIAS	CREDITOS (T+P)	TOTAL CREDITOS
1º	Anual	Troncal	Derecho y legislación	9 (9+0)	
		Troncal	Recursos territoriales turísticos	9 (6+3)	
	1º Semestre	Troncal	Lengua inglesa para turismo I	4'5 (0+4'5)	
		Troncal	Organización y gestión de empresas I	4'5 (3+1'5)	
		Troncal	Estructura de mercados	6(4'5+1'5)	
		Troncal	Introducción a la economía	6 (4'5+1'5)	
	2º Semestre	Troncal	Segundo idioma I	4'5 (0+4'5)	
		Troncal	Organización y gestión de empresas: los RR.HH.	4'5 (3+1'5)	
		Troncal	Contabilidad	6 (3+3)	
		Troncal	Marketing turístico	6(4'5+1'5)	
TOTAL 1º AÑO:					60
AÑO	PERIODO	CARÁCTER	MATERIAS	CREDITOS (T+P)	TOTAL CREDITOS
2º	1º Semestre	Obligatoria	Lengua inglesa para turismo II	4'5 (0+4'5)	
		Troncal	Patrimonio cultural	7'5 (7'5+0)	
		Obligatoria	Tecnología de la información en turismo	4'5 (1'5+3)	
		Obligatoria	Técnicas cuantitativas	4'5 (3+1'5)	
		Obligatoria	Política turística I	4'5(3+1'5)	
		Obligatoria	Medio ambiente y desarrollo turístico	4'5(3+1'5)	
	2º Semestre	Obligatoria	Segundo idioma II	4'5 (0+4'5)	
		Obligatoria	Arte como recurso turístico I	4'5(3+1'5)	
		Obligatoria	Psicología social del turismo	6(4'5+1'5)	
		Troncal	Operaciones y procesos de producción	6 (6+0)	
Optativa	2 ASIGNATURAS OPTATIVAS	9			
TOTAL 2º AÑO:					60
AÑO	PERIODO	CARÁCTER	MATERIAS	CREDITOS (T+P)	TOTAL CREDITOS
3º	1º Semestre	Optativa	6 ASIGNATURAS OPTATIVAS	27	
	2º Semestre	Troncal	Practicum	15(0+15)	
	OPTATIVA LIBRE CONFIGURACION			18	
TOTAL 3º AÑO:					60