



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

GRADO
240 CRÉDITOS
4 AÑOS

Turismo

UdA.es

Grado en Turismo por la Universidad de Alicante

INFORMACIÓN GENERAL

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Enseñanza: presencial

Número de créditos: 240 ECTS

Número de plazas: 240

Lenguas utilizadas: castellano, valenciano, inglés y otro idioma extranjero (francés o alemán).

OBJETIVOS GENERALES

El propósito fundamental de este título es formar profesionales en el ámbito del Turismo. Se persigue una formación generalista en la disciplina y de carácter transversal, como corresponde al sentido del turismo, en el que participan diversas disciplinas científico-sociales, con vistas a la preparación de expertos que puedan asumir una amplia variedad de perfiles profesionales. Con esta finalidad, el plan de estudios pretende una formación en todas las áreas relacionadas con el turismo, que debe permitir no sólo la obtención de una serie de competencias específicas en las diferentes disciplinas, sino la consecución de una serie de capacidades genéricas que faciliten la inserción laboral de los graduados/as en distintos y cambiantes entornos profesionales. Asimismo, debe preparar a los futuros graduados/as para su especialización en estudios de postgrado, en los cuales podrá completarse una formación más especializada y ajustada a un perfil profesional concreto, como demanda en muchas ocasiones el mercado laboral.

Se pueden destacar los siguientes objetivos generales del Grado en Turismo de la Universidad de Alicante:

- Responder a las necesidades de formación existentes facilitando el conocimiento de instrumentos útiles para la toma de decisiones en el contexto actual del turismo.
- Ofrecer un corpus formativo básico de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas.
- Abordar aspectos esenciales para el desarrollo de ventajas competitivas con relación a productos y destinos.
- Generar dos perfiles de especialización que recogen las líneas clave de especialización en turismo. Una dedicada a la Economía y la Empresa turística, con una clara orientación económica, y otra centrada en la vertiente de la Planificación y Gestión de Destinos Turísticos, en la línea de la gestión pública del turismo, la planificación y la valorización de recursos.
- Crear las condiciones para el desarrollo de líneas de investigación de carácter transdisciplinar, multidisciplinar e interdisciplinar.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES DE LA UA

- Competencias en un idioma extranjero: Comprender y expresarse en un idioma extranjero en su ámbito disciplinar.
- Competencias informáticas e informacionales: Ser capaz de utilizar como usuario herramientas básicas en TIC.
- Competencias en comunicación oral y escrita: Ser capaz de expresarse correctamente en una de las dos lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana en su ámbito disciplinar.
- Competencias de compromiso ético: Ser capaz de comprometerse éticamente con la sostenibilidad, los derechos fundamentales, la igualdad entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad así como los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- Analizar la dimensión económica del turismo.
- Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas.
- Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- Reconocer los principales agentes turísticos.
- Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económica patrimonial de las organizaciones turísticas.
- Gestionar los recursos financieros.
- Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- Dirigir y gestionar (Management) los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- Manejar técnicas de comunicación.
- Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.
- Trabajar en inglés como lengua extranjera.

- Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera.
- Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera.
- Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
- Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento.
- Conocer el procedimiento operativo del ámbito de la restauración.
- Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.
- Analizar los impactos generados por el turismo.
- Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
- Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.
- Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- Conocer los objetivos, las estrategias y los instrumentos públicos de la planificación.
- Trabajar en medios socioculturales diferentes.
- Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.
- Comprender las características de la gestión del patrimonio cultural.
- Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

CONTENIDOS: MÓDULOS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Este plan de estudios se estructura atendiendo a dos niveles: materias y asignaturas. En el primer caso se entiende como materia, la unidad académica que incluye una o varias asignaturas constituyendo una unidad en cuanto a contenidos, método de aprendizaje y de evaluación. Toda esta estructura es coherente con los objetivos y competencias definidos para esta titulación, que se basa en una fuerte coordinación, avalada por la elaboración de guías docentes en proceso de realización, y por la futura Comisión de Coordinación de la titulación.

- La **formación básica** consta de 60 ECTS, que se organizan en 10 asignaturas impartidas en primer curso con asignaturas pertenecientes a las materias básicas de antropología, economía, geografía, idioma moderno, informática, empresa y derecho.
- Las **materias obligatorias** conforman un total de 120 ECTS, distribuidas en 20 asignaturas de 6 ECTS cada una, distribuidas a lo largo de los dos semestres, y que se desarrollan en los cursos de 2º y 3º del grado de turismo.
- Por último, el alumnado en 4º curso, podrá elegir entre dos itinerarios. Bien el itinerario de **Economía de la Empresa Turística** o bien el itinerario de **Planificación y Gestión de Destinos Turísticos**, ambos con dos asignaturas obligatorias de itinerario, y los 30 créditos restantes:
 1. Cursando 30 créditos (5 asignaturas) de las optativas del itinerario elegido.
 2. Cursando 24 créditos (4 asignaturas) de las optativas del itinerario elegido más 6 créditos por participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.
 3. Cursando 24 créditos (4 asignaturas) de las optativas del itinerario elegido más 6 créditos reconocidos de una de las siguientes asignaturas: Cultura e instituciones de los países de habla Inglesa; Lengua D1: Ruso; Economía Española; Diseño de la Organización; Historia del Arte; Lengua francesa y realidades socioculturales; Lengua Francesa Especializada I (todas ellas son asignaturas obligatorias en otros grados de esta universidad).En total el alumno debe cursar 42 ECTS de asignaturas optativas, repartidas a lo largo de los dos semestres. A esta carga lectiva se le unen los 12 ECTS de las prácticas externas y los 6 ECTS del Trabajo Fin de Grado, que se realizarán con carácter obligatorio, en el segundo semestre del último curso y que estarán orientados a la evaluación de las competencias asociadas a la titulación.

La aportación de esta nueva titulación universitaria será la de proporcionar una formación teórico-práctica adecuada no sólo al ámbito empresarial, sino también a la empresa pública y de gestión de otras actividades turísticas, de servicios y de planificación de los recursos territoriales. De ahí su carácter genérico e interdisciplinar de las enseñanzas del grado, que atiende a los principios básicos y aplicados, adscritos a la rama de conocimiento de "ciencias sociales".



ACCESO

REQUISITOS DE ACCESO

1. **BACHILLERATO LOMCE Y PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD (PAU):** Aunque se pueda acceder desde cualquier modalidad de bachillerato, se recomienda haber cursado la modalidad **Humanidades y Ciencias Sociales**.

Se puede mejorar la nota de admisión para este grado examinándose en la PAU de asignaturas que ponderarán según la tabla siguiente:

ASIGNATURA	POND.	ASIGNATURA	POND.	ASIGNATURA	POND.
ARTES ESCÉNICAS	0.1	FUNDAMENTOS DEL ARTE II	0.2	IDIOMAS EXTRANJEROS: ALEMÁN, FRANCÉS, INGLÉS E ITALIANO	0.2
BIOLOGÍA	0.1	GEOGRAFÍA	0.2		
CULTURA AUDIOVISUAL II	0.1	GEOLOGÍA	0.1	MATEMÁTICAS APLICADAS A LAS CIENCIAS SOCIALES II	0.2
DIBUJO TÉCNICO II	0.1	GRIEGO II	0.1		
DISEÑO	0.1	HISTORIA DE LA FILOSOFÍA	0.2	MATEMÁTICAS II	0.2
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	0.2	HISTORIA DEL ARTE	0.2	QUÍMICA	0.1
FÍSICA	0.1	LATÍN II	0.2		

2. **BACHILLERATOS ANTERIORES CON O SIN PAU SUPERADA:** Los estudiantes que hayan cursado estudios de bachillerato de acuerdo a planes anteriores con selectividad superada mantendrán su nota de acceso, aunque podrán mejorarla presentándose a asignaturas de la fase voluntaria de la PAU y/o a la fase obligatoria, en este caso realizando la fase obligatoria completa.

Los estudiantes procedentes del antiguo sistema de BUP y COU mantendrán la calificación de acceso que obtuvieron en su prueba de selectividad. Podrán mejorar su nota de admisión a presentándose a la fase voluntaria de la actual PAU. Solo los que superaron el COU con anterioridad al curso 74/75 (año de implantación de la selectividad) podrán acceder sin superar pruebas de acceso.

Los estudiantes procedentes de sistemas educativos españoles más antiguos (estudios de bachillerato plan anterior al 1953, estudios de bachillerato superior, curso preuniversitario y pruebas de madurez) pueden acceder a estudios oficiales de grado con la nota de acceso que obtuvieron, podrán mejorarla a través de fase voluntaria de la PAU.

3. **FORMACIÓN PROFESIONAL:** títulos de técnico superior de Formación Profesional, técnico superior de Artes Plásticas y Diseño, o técnico Deportivo superior: se puede acceder desde cualquier familia profesional.

Se puede mejorar la nota de admisión examinándose en las PAU de un máximo de cuatro asignaturas de las que ponderen de acuerdo con la tabla de ponderaciones del apartado 1.

4. **ESTUDIANTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS DE PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA O DE OTROS ESTADOS CON LOS QUE ESPAÑA HAYA SUSCRITO ACUERDOS INTERNACIONALES AL RESPECTO.** Se requiere acreditación de acceso, expedida por la UNED. Pueden reconocer o examinarse de asignaturas en las Pruebas de Competencias Específicas (PCE) que organiza la UNED para mejorar su nota de admisión hasta 14 puntos de acuerdo con el sistema de ponderaciones de la tabla del punto 1.

5. **ESTUDIANTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS EXTRANJEROS,** previa solicitud de homologación del título de origen al título español de bachillerato podrán examinarse de un máximo de 6 asignaturas de las ofertadas en las Pruebas de Competencias Específicas (PCE) de la UNED (al menos, una asignatura troncal común).

Se les aplicará la tabla de ponderaciones del punto 1 en caso de haberse examinado y superado asignaturas troncales de modalidad y/o de opción.

6. **OTROS:** titulados universitarios y asimilados, pruebas de acceso para mayores de 25 años (opción preferente: Ciencias Sociales y Jurídicas), acceso con acreditación de experiencia laboral o profesional (mayores de 40 años), acceso para mayores de 45 años mediante prueba.

TRÁMITES PARA SOLICITAR PLAZA

- Límite admisión de plazas: 240.
- Preinscripción: mediados de junio - primeros de julio.
- Publicación de resultados de admisión y espera: mediados de julio.
- Matriculación: los que resulten admitidos tras la publicación de los resultados se matricularán en los plazos que se establezcan a través de Internet.





PERFIL DE INGRESO RECOMENDADO

El perfil que proporcionan los estudios previos al acceso a la Universidad se caracteriza por la preparación de los alumnos para la realización de un estudio de grado que reúne asignaturas de áreas de conocimiento diferentes. Dada la transversalidad de la titulación, se entiende que los alumnos tienen un interés por conocer la realidad económica, social y territorial de su entorno, además de mostrar inquietud por emprender iniciativas empresariales en el ámbito del turismo. Por otra parte, la necesidad del conocimiento de varios idiomas supone un interés por parte del alumno en ampliar su visión sobre el entorno, al tiempo que se fomenta el acercamiento a otros grupos sociales con culturas y costumbres distintas.

PERFILES PROFESIONALES DEL TÍTULO

Figuras profesionales que pueden llegar a ser consideradas como perfiles profesionales dentro de los diferentes ámbitos relativos al sector:

- Alojamiento
- Restauración
- Intermediación
- Transporte y logística
- Planificación y gestión pública de destinos
- Productos y actividades turísticas
- Formación, investigación y consultoría

CENTRO

Facultad de Filosofía y Letras
Campus de San Vicente del Raspeig
Ctra. de Alicante s/n 03690 San Vicente del Raspeig (Alicante)
Teléfono: 965903448 Fax: 965903449
facu.lletres@ua.es lletres.ua.es/es/



ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS POR TIPO DE MATERIA

TIPO DE MATERIA	ECTS
Formación básica (FB)	60
Obligatorias (OB)	120
Optativas (OP)	42
Prácticas externas	12
Trabajo Fin de Grado	6
Total créditos	240

DISTRIBUCIÓN POR CURSOS

PRIMER CURSO							
SEMESTRE 1 (30 ECTS)				SEMESTRE 2 (30 ECTS)			
CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
23510	REGULACIÓN JURÍDICO-CIVIL DEL TURISMO	FB	6	23515	MARKETING TURÍSTICO	FB	6
23511	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA	FB	6	23516	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	FB	6
23512	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	FB	6	23517	INFORMÁTICA APLICADA AL TURISMO	FB	6
23513	INTRODUCCIÓN A LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO	FB	6	ELEGIR UNA DE ESTAS DOS ASIGNATURAS:			
				23518	FRANCÉS I PARA TURISMO	FB	6
23514	INGLÉS DEL TURISMO I	FB	6	23618	ALEMÁN I PARA TURISMO		
23519	PATRIMONIO CULTURAL	FB	6				
SEGUNDO CURSO							
SEMESTRE 3 (30 ECTS)				SEMESTRE 4 (30 ECTS)			
CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
23520	TIPOLOGÍA DE ESPACIOS TURÍSTICOS	OB	6	23521	INGLÉS DEL TURISMO II	OB	6
23522	ESTRUCTURA DE MERCADOS	OB	6	23525	SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	OB	6
23523	CONTABILIDAD	OB	6	23527	DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN TURISMO	OB	6
23524	DERECHO DE MERCADO Y CONTRATACIÓN TURÍSTICA	OB	6	23528	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	OB	6
HAY QUE ELEGIR LA MISMA LENGUA QUE EN 1ER CURSO:				23529	DERECHO DEL TRABAJO	OB	6
23526	FRANCÉS PARA TURISMO II	OB	6				
23626	ALEMÁN PARA TURISMO II						
TERCER CURSO							
SEMESTRE 5 (30 ECTS)				SEMESTRE 6 (30 ECTS)			
CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
23530	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	OB	6	23535	DERECHO TRIBUTARIO	OB	6
23531	ECONOMÍA MUNDIAL DEL TURISMO	OB	6	23536	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OB	6
23532	POLÍTICA TURÍSTICA	OB	6	23537	FRANCÉS PARA TURISMO III	OB	6
				23637	ALEMÁN PARA TURISMO III		
23533	INGLÉS DEL TURISMO III	OB	6	23538	PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO	OB	6
23534	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS EN TURISMO	OB	6	23539	ANTROPOLOGÍA APLICADA AL TURISMO	OB	6
CUARTO CURSO							
SEMESTRE 7 (30 ECTS)				SEMESTRE 8 (30 ECTS)			
CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
OPTATIVIDAD ⁽²⁾		OP	30	23599	TRABAJO FIN DE GRADO ⁽¹⁾	OB	6
				23598	PRÁCTICAS EXTERNAS	OB	12
					OPTATIVIDAD ⁽²⁾	OP	12



⁽¹⁾ Previamente a la evaluación del Trabajo Fin de Grado, el estudiante debe acreditar las competencias en un idioma extranjero. Entre otras formas de acreditación, en la Universidad de Alicante se considera necesario superar como mínimo, el nivel B1 del Marco de Referencia Europeo para las lenguas modernas, que podrá ser elevado en el futuro. Debido a la estructura del plan de estudios, todos los alumnos conseguirán este requisito sin necesidad de cursar ninguna asignatura extra, al superar la asignatura Inglés (Alemán o Francés) del Turismo I, II y III.

⁽²⁾ **OPATIVIDAD:** El alumnado podrá optar por superar los 42 ECTS de optatividad obteniendo uno de los dos itinerarios ofertados o sin obtener un itinerario.

Cómo cursar la optatividad SIN OBTENER UN ITINERARIO

Si opta por no obtener un itinerario podrá superar estos 42 ECTS superando 7 asignaturas optativas cualesquiera de las que aparecen en la tabla siguiente o bien cursando hasta un máximo 42 ECTS por participación en programas de movilidad. El alumnado podrá obtener el reconocimiento de un máximo de 6 ECTS optativos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, reguladas por la Universidad de Alicante.

Cómo cursar la optatividad OBTENIENDO UN ITINERARIO (ver tabla):

El alumno podrá elegir entre dos itinerarios en 4º curso: el itinerario de **Economía de la Empresa Turística** o el itinerario de **Planificación y Gestión de Destinos Turísticos**, ambos con dos asignaturas obligatorias de itinerario (12 créditos), los 30 créditos restantes podrá cursarlos:

1. Cursando 30 créditos (5 asignaturas) de las asignaturas optativas a elegir del itinerario escogido.
2. Cursando 24 créditos (4 asignaturas) de las asignaturas optativas a elegir del itinerario escogido más 6 créditos por participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.
3. Cursando 24 créditos (4 asignaturas) de las optativas del itinerario elegido más 6 créditos reconocidos de una de las siguientes asignaturas: Cultura e instituciones de los países de habla Inglesa; Lengua D1: Ruso; Economía Española; Diseño de la Organización; Historia del Arte; Lengua francesa y realidades socioculturales; Lengua Francesa Especializada I (todas ellas son asignaturas obligatorias en otros grados de esta universidad).

En total el alumno debe cursar 42 ECTS de asignaturas optativas, repartidas a lo largo de los dos semestres.

CODI	ASIGNATURA	TIPO	ECTS	SEMESTRE
ITINERARIO 1: ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA:				
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE ITINERARIO				
23550	GESTIÓN DE CALIDAD EN TURISMO	OP	6	7
23551	GESTIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OP	6	7
A ELEGIR 5 ASIGNATURAS DE ENTRE LAS SIGUIENTES:				
23560	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OP	6	7
23561	TENDENCIAS E INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO	OP	6	7
23562	AGENCIAS DE VIAJES E INTERMEDIACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO	OP	6	7
23750	DERECHO ADMINISTRATIVO	OP	6	7
23751	GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA: REGIONES, RUTAS Y DESTINOS	OP	6	7
23752	TURISMO Y PRÁCTICAS TERRITORIALES EN DESARROLLO LOCAL	OP	6	7
23753	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	8
23563	PROMOCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA	OP	6	8
23564	ANÁLISIS DE DATOS	OP	6	8
23754	INVESTIGACIÓN SOCIAL DEL TURISMO	OP	6	8
ITINERARIO 2: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS				
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE ITINERARIO				
23650	GESTIÓN INTEGRAL DE DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	7
23651	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS A LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	OP	6	7
A ELEGIR 5 ASIGNATURAS DE ENTRE LAS SIGUIENTES:				
23750	DERECHO ADMINISTRATIVO	OP	6	7
23751	GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA: REGIONES, RUTAS Y DESTINOS	OP	6	7
23752	TURISMO Y PRÁCTICAS TERRITORIALES EN DESARROLLO LOCAL	OP	6	7
23660	GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS LITORALES	OP	6	8
23661	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y ECOTURISMO	OP	6	7
23662	PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN TURISMO	OP	6	7
23663	ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MEDIO RURAL	OP	6	7
23664	VALORACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	OP	6	8
23753	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	8
23754	INVESTIGACIÓN SOCIAL DEL TURISMO	OP	6	8



PLAN DE ESTUDIOS GRADO EN TURISMO

PRIMER CURSO - SEMESTRE 1 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23510	REGULACIÓN JURÍDICO-CIVIL DEL TURISMO	FB	6	El Derecho y las normas jurídicas. El Derecho turístico. Los sujetos del Derecho. Los sujetos de la actividad turística. La relación obligatoria. El contrato. Figuras contractuales (compraventa, arrendamiento, prestación de servicios, hospedaje, depósito, transporte, viaje combinado...). Los derechos reales.
23511	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA	FB	6	Introducir al alumno en el área de la Economía de la Empresa como punto de vista para el estudio de la empresa, el empresario y las principales decisiones empresariales en el sector turístico.
23512	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA	FB	6	La Economía: cuestiones introductorias. Introducción a los conceptos de oferta y demanda: el equilibrio de mercado. La demanda y sus elasticidades. Oferta, producción y costes. Elasticidad de la oferta. Estructura de mercados I: la competencia perfecta. Estructura de mercados II: la competencia imperfecta: el monopolio. Mercados no competitivos y sector turístico. Los mercados de factores. Las variables y conceptos macroeconómicos. Análisis del producto o renta nacional. Oferta y demanda agregadas. Objetivos e instrumentos de la macroeconomía. La intervención del estado y políticas económicas. Los ciclos económicos. El dinero, la política monetaria y el sistema financiero. El tipo de cambio y la balanza de pagos. Sector exterior y turismo.
23513	INTRODUCCIÓN A LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO	FB	6	Elementos de la geografía del turismo y del ocio. Marco conceptual y fuentes. Orígenes, evolución, y características geográficas de los territorios y actividades turísticas. Modelos geográficos en el desarrollo turístico: Principales focos y flujos turísticos. Repercusiones en el territorio. Los impactos del turismo de masas: economía, sociedad y cultura. Aproximación a las tipologías turísticas "postfordistas" (turismo rural, cultural, sostenible, activo, etc.). Sostenibilidad y ordenación del territorio en espacios turísticos. Consideraciones básicas.



PRIMER CURSO (Cont.) - SEMESTRE 1 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23514	INGLÉS DEL TURISMO I	FB	6	<p>COMPRESIÓN ORAL: Instrucciones. Discursos breves con vocabulario frecuente sobre temas de interés personal (información personal y familiar, compras, lugar de residencia, empleo). Delimitar ideas principales cuando el discurso es claro y no muy complejo y se tratan asuntos cotidianos. Conversaciones cotidianas en lengua estándar aunque se requiera, en muchos casos, la repetición de una palabra o frase.</p> <p>COMPRESIÓN LECTORA: Textos muy breves y sencillos adaptados a la temática de la especialidad. Técnicas de lectura extensiva e intensiva para la búsqueda de información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos (anuncios publicitarios, prospectos, menús, horarios y cartas personales breves y sencillas). Textos redactados en una lengua de uso habitual y cotidiano y/o textos relacionados con el turismo (cartas comerciales simples, faxes, notas, carteles, etc.).</p> <p>INTERACCIÓN ORAL: Discursos orales sencillos y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información sobre actividades y asuntos cotidianos del mundo del turismo. Intercambios sociales breves, en los que se empieza a comprender lo suficiente para poder mantener una conversación.</p> <p>EXPRESIÓN ORAL: Descripciones con términos sencillos sobre temas cotidianos relacionados con la temática de la especialidad. Presentaciones breves.</p> <p>EXPRESIÓN ESCRITA: Notas y mensajes breves. Cartas personales sencillas. Narraciones breves.</p> <p>TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA: Frases hechas, expresiones idiomáticas. Preposiciones. Verbos con partícula. Introducción a los campos semánticos del mundo del turismo.</p> <p>FUNCIONES COMUNICATIVAS DEL LENGUAJE: Funciones Básicas (saludar, presentarse, despedirse, etc.). Funciones Profesionales (dar entrada, registrarse, facturar, hacer reservas, etc.).</p>





PRIMER CURSO - SEMESTRE 2 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23515	MARKETING TURÍSTICO	FB	6	El papel del Marketing Turístico. Planificación comercial en turismo. El entorno de marketing turístico. Comportamiento del turista. Segmentación del mercado turístico. Posicionamiento turístico. Sistema de Información de Marketing Turístico. Marketing interno en turismo. Políticas del producto turístico, precio de los productos turísticos, distribución turística y comunicación turística.
23516	RECURSOS TERRITORIALES TURÍSTICOS	FB	6	BLOQUE I: Importancia de los factores geográficos en el desarrollo y localización del turismo: El sistema turístico y los factores de localización de la actividad turística. Importancia de los recursos turísticos en el desarrollo del turismo. La vocación turística del territorio: los atractivos naturales. BLOQUE II: Grandes conjuntos regionales y principales espacios turísticos: La distribución mundial del turismo: flujos turísticos y principales regiones emisoras y receptoras. Europa: Factores de desarrollo turístico y regiones turísticas. América del Norte: Factores de desarrollo turístico y principales espacios turísticos. Asia Oriental y Pacífico: Factores de desarrollo turístico y principales destinos turísticos. La Periferia turística: América del Sur, Asia Meridional, África Subsahariana y Oriente Medio.
23517	INFORMÁTICA APLICADA AL TURISMO	FB	6	Sistemas de Información y sociedad de la Información. Introducción a la Informática. Principios básicos de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Herramientas Ofimáticas integradas. Internet. Servicios y utilización. Sitios Web. Diseño, promoción, calidad. Fundamentos de Bases de datos. Aplicación al turismo.
23519	PATRIMONIO CULTURAL	FB	6	Cultura, patrimonio cultural y turismo. Evolución de la construcción sociocultural del patrimonio. Activación y usos del patrimonio. Museos y turismo. Patrimonio etnográfico, estudio de casos.



PRIMER CURSO - (Cont.) SEMESTRE 2 (30 ECTS)

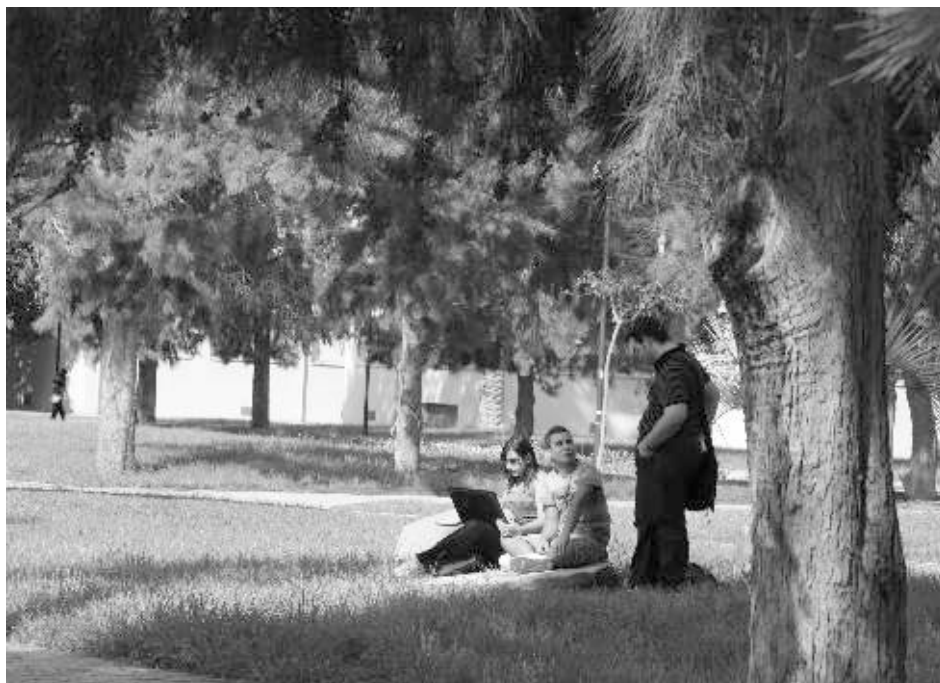
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
--------	------------	------	------	------------

A ELEGIR UNA DE LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS

23518	FRANCÉS PARA TURISMO I	FB	6	Las profesiones del turismo. El hotel y sus actores. La restauración. El tiempo meteorológico. Localización en el espacio. Los medios de comunicación.
23618	ALEMÁN PARA TURISMO I	FB	6	<p>CONTENIDOS TEMÁTICOS: Reconocer y conocer nombres alemanes, saber saludar y presentarse a uno mismo y a otros, preguntar por el nombre y la procedencia, saber deletrear. Diálogos en el café, pedir y pagar, enunciar y comprender números de teléfono. Comunicación en el aula, objetos en el aula, preguntar por objetos, denominar objetos. Aprender nombres de países y sus lenguas, indicar la situación geográfica mediante los puntos cardinales. Describir una vivienda, estancias y muebles, hablar sobre personas y cosas. Concertar una cita por teléfono, disculparse por un retraso, la puntualidad, la hora, los días de la semana, las partes del día, los meses y las estaciones del año, la fecha. Las profesiones y el lugar de trabajo, la orientación en el puesto de trabajo y en la ciudad. Hablar sobre las vacaciones y la familia. En el (super)mercado, hacer la compra, los precios, hábitos alimenticios, comprender y explicar una receta, medidas y pesos, horas de comida y platos. Hablar sobre la ropa/la moda, comprar ropa, indicar colores y tallas, comprender información metereológica, hablar del tiempo. El cuerpo y el deporte, denominar las partes del cuerpo, enfermedades, emociones, visita al médico.</p> <p>CONTENIDOS GRAMATICALES: Start auf Deutsch: El alfabeto, fonética y pronunciación en la Lengua Alemana. Frases enunciativas, frases interrogativas con wie, woher, wo, was, verbos en Präsens singular y plural, el verbo sein, pronombres personales y verbos. El sustantivo: singular y plural, el artículo: der, das, die / ein, eine, la negación con kein, keine, y nicht, nombres compuestos. El Präteritum de los verbos sein y haben, W-Frage, oración enunciativa e interrogativa. Los artículos y posesivos en nominativo, acusativo y dativo los adjetivos en la oración, gradación con zu. Frases interrogativas con Wann?, Von wann bis wann?, preposiciones e indicaciones temporales: am, um, von... bis, los verbos separables. Preposiciones temporales y de localización: Wechselpräpositionen, preposiciones de dativo y preposiciones de acusativo, los números ordinales. Verbos modales y la formación de la frase con verbos modales. El Perfekt: verbos regulares e irregulares. Indicaciones de frecuencia: jeden Tag, manchmal, nie, partícula interrogativa welch-, la comparación: viel, gut, gern. El pronombre demostrativo: dieser - dieses - diese, la declinación del adjetivo. El imperativo, pronombres personales en acusativo y dativo.</p> <p>CONTENIDOS DE CIVILIZACIÓN Y CULTURA: Los países de habla alemana: Tradiciones y cultura en D/A/CH. Patrimonio cultural y natural en D/A/CH. La actualidad de Alemania. La lengua alemana en el contexto de la Unión Europea. Comparaciones interculturales: Costumbres y hábitos individuales. Fórmulas de cortesía. Trato correcto</p>

SEGUNDO CURSO - SEMESTRE 3 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23520	TIPOLOGÍA DE ESPACIOS TURÍSTICOS	OB	6	Tipologías de los espacios turísticos en la modalidad de turismo de "sol y playa". Tipologías de los espacios turísticos en la modalidad de turismo rural. Tipologías de los espacios turísticos en la modalidad de turismo urbano-cultural. Tipologías de los espacios turísticos en las modalidades de turismo deportivo: golf, náutico y nieve. Tipologías de los espacios turísticos en la modalidad de turismo de parques temáticos. Tipologías de los espacios turísticos en la modalidad de turismo en espacios naturales.
23522	ESTRUCTURA DE MERCADOS	OB	6	El sistema turístico: delimitación, productos y recursos. La actividad turística: concepto, clasificaciones y fuentes de información. Las variables e indicadores para el análisis económico del turismo. El turismo en las economías nacionales, la Cuenta Satélite de Turismo. La demanda y la oferta de servicios turísticos y la organización de los mercados turísticos. La intervención pública y la política turística. La inversión en turismo. Turismo, mercado de trabajo e innovación. La competitividad y sostenibilidad en turismo. El modelo turístico español: déficit, retos y oportunidades. La especialización turística regional: el turismo en la Comunidad Valenciana.
23523	CONTABILIDAD	OB	6	Objetivos y fines de la contabilidad. Principio de dualidad: relación básica de recursos y aplicaciones. El método contable. Elementos de los estados financieros. Principios contables. El ciclo contable.
23524	DERECHO DE MERCADO Y CONTRATACIÓN TURÍSTICA	OB	6	Sujetos del mercado. Introducción al Derecho mercantil. Contratación turística en especial la electrónica.





SEGUNDO CURSO - (Cont.) SEMESTRE 3 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
A ELEGIR UNA DE LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS				
23526	FRANCÉS PARA TURISMO II	OB	6	El mundo de la hostelería. La restauración y sus actores. Viajar con los distintos medios de transporte. Vacaciones y farniente: la agencia de viajes y la oficina de información turística. El guía, el museo, la ciudad.
23626	ALEMÁN PARA TURISMO II	OB	6	<p>CONTENIDOS TEMÁTICOS: Lengua y biografía: reflexión sobre el aprendizaje y sus objetivos, competencia plurilingüe y pluricultural, Portfolio, intercambio de experiencias. El entorno familiar y otras formas de convivencia. Hablar de fiestas y tradiciones, describir fotos y personas. Leer y entender anuncios en la prensa, escribir cartas de felicitación e invitaciones. El mundo laboral: buscar trabajo, leer y entender anuncios, elaborar curriculum vitae, hablar de la formación profesional. Viajes y movilidad: medios de transporte, tipos de viajes, planificar un viaje, situaciones comunicativas con atención de clientes, pedir y dar información, recomendar, aconsejar: agencia de viajes, hotel, estación de tren/autobús, aeropuerto. Horarios. Tiempo libre: hobbies, deporte, asociaciones, actividades sociales; conversación formal, smalltalk, etc.: comidas con amigos, comidas de la empresa. Los medios de comunicación, extraer la información, estrategia de búsqueda: prensa, radio, TV, Internet, correspondencia: comunicación por carta (correo), e-mail, sms, etc. Campo y ciudad: infraestructuras, buscar y alquilar una vivienda, la economía doméstica, el medio ambiente, clima y tiempo en DACH. Debates: buscar argumentos a favor y en contra. Regiones turísticas en los países de habla alemana: pedir información, leer folletos, buscar información en Internet, describir lugares turísticos. Ciudades en Alemania, Austria y Suiza: aspectos geográficos, económicos y culturales. Historia, literatura y cultura en el ámbito de la lengua alemana.</p> <p>CONTENIDOS GRAMATICALES: Oraciones principales y subordinadas: conjunciones y subconjunciones Frase de relativo. La voz pasiva Frases con wenn. Complemento directo e indirecto. Genitivo Verbos: Modo indicativo, imperativo y subjuntivo (Konjunktiv 2). Verbos reflexivos. Régimen de los verbos: los casos, verbos con preposición. Los verbos modales: concepto, presente y pretérito imperfecto. Tiempos verbales: pretérito perfecto, pretérito imperfecto, Futur I. Adjetivos: La declinación de los adjetivos: nominativo, acusativo, dativo. Comparativo y superlativo Artículos posesivos: nominativo, acusativo, dativo Pronombres: personales: nominativo, acusativo, dativo. Relativos: nominativo, acusativo, dativo. Reflexivos: nominativo, acusativo, dativo. Indefinidos: jeder, etwas - nichts, jemand. Preposiciones: con acusativo y dativo. Wechselprepositionen</p> <p>CONTENIDOS DE CIVILIZACIÓN Y CULTURA: Tradiciones y cultura en D/A/CH. Patrimonio cultural y natural en D/A/CH. La actualidad de Alemania. La lengua alemana en el contexto de la Unión Europea. Comparaciones interculturales La comparación es un</p>



SEGUNDO CURSO - SEMESTRE 4 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23521	INGLÉS DEL TURISMO II	OB	6	<p>COMPRESIÓN ORAL: Comprender la idea principal y algunos detalles específicos en las actividades propias de esta destreza. Comprender monólogos o charlas breves de nivel estándar, especialmente con ayuda de gestos y apoyo visual. Comprender la idea principal de entrevistas con profesionales del mundo del Turismo (TTOO, Agencias de Viajes, Guías Turísticos, Recepcionistas, etc.).</p> <p>COMPRESIÓN LECTORA: Cartas personales. Discursos y textos de la especialidad basados en hechos del entorno real del alumno. Instrucciones. Comprender las ideas generales de textos turísticos (informes, hojas de reserva, noticias, folletos, documentos oficiales breves, etc.).</p> <p>INTERACCIÓN ORAL: Diálogos propios de la especialidad.</p> <p>EXPRESIÓN ORAL: Describir experiencias y hechos, sueños, esperanzas y ambiciones. Presentaciones breves con una argumentación básica pero efectiva (TTOO, Agencias de Viajes, Guías Turísticos, Recepcionistas, etc.).</p> <p>EXPRESIÓN ESCRITA: Textos estructurados sobre temas turísticos. Correspondencia Comercial (cartas, faxes, correo electrónico, mensajes de texto, etc.). Ensayos breves.</p> <p>TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA: Frases hechas, expresiones idiomáticas, fórmulas, etc. Campos Semánticos del mundo del Turismo.</p> <p>FUNCIONES COMUNICATIVAS: Funciones Profesionales (introducir una reunión, hacer presentaciones, negociar acuerdos, ofertar productos, etc.).</p>
23525	SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	OB	6	<p>Estudio de los comportamientos, decisiones, elecciones y representaciones de los grupos sociales que participan en el sistema turístico y de los impactos generados, en las sociedades receptoras, por el desarrollo turístico a nivel social, cultural, económico y urbano, así como el papel activo del turismo en la movilidad y el desarrollo de nuevos estilos de vida. Sociología y turismo. El turismo en la antigüedad y las bases del turismo moderno. El turismo en los siglos XIX y XX. La eclosión del turismo de masas. Turismo, sociedad y cultura. Problemas sociales en los polos receptores de turismo. Consecuencias del turismo en las sociedades emisoras. Fases, ciclos y actores del desarrollo turístico. El nuevo modelo turístico en las sociedades desarrolladas. Turismo, urbanismo y consecuencias del desarrollo turístico litoral.</p>
23527	DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN TURISMO	OB	6	<p>La función de personal en la empresa. Entorno de la dirección de recursos humanos. Análisis de puestos. Planificación de recursos humanos. Procesos de contratación. Formación y desarrollo de empleados. Estrategia retributiva. La función directiva.</p>
23528	OPERACIONES Y PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS	OB	6	<p>El subsistema de producción en empresas turísticas. Los conceptos físicos en la producción de servicios turísticos. La gestión de inventarios en empresas turísticas. Introducción a la calidad en servicios turísticos. Los procesos productivos en empresas de alojamiento, intermediación, restauración y de ocio turístico.</p>
23529	DERECHO DEL TRABAJO	OB	6	<p>Nacimiento y evolución del derecho del trabajo. Fuentes del derecho del trabajo. Principios aplicativos. El contrato de trabajo y su contenido. Vicisitudes contractuales. Iniciación al estudio de la libertad sindical y los derechos colectivos de trabajadores y empresarios.</p>



TERCER CURSO - SEMESTRE 5 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23530	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS	OB	6	Investigación comercial en el sector turístico. Proceso de decisión en el sector turístico e investigación comercial. Dónde encontrar la información. Investigación exploratoria como apoyo a la demanda de los clientes del sector turístico. Utilidad de la investigación descriptiva para ver qué está sucediendo en el sector turístico. Investigación causal como ayuda para tomar la decisión más acertada. Interpretación de la información obtenida. Comunicación de los resultados de las investigaciones.
23531	ECONOMÍA MUNDIAL DEL TURISMO	OB	6	Instrumentos para el análisis de las relaciones económicas internacionales. La economía mundial: principales rasgos. Las instituciones económicas internacionales. El turismo en el ámbito de la economía internacional. Turismo y globalización. Especialización turística de las economías emergentes. Presencia internacional de las marcas turísticas globales. El papel de la IED y las empresas transnacionales en el turismo mundial. Teorías de la internacionalización y las multinacionales turísticas. Sostenibilidad, turismo internacional y medioambiente. Los grandes desarrollos turísticos mundiales y el futuro del turismo internacional.
23532	POLÍTICA TURÍSTICA	OB	6	Turismo, mercado y sector público. Objetivos de la política Turística. Instrumentos de la Política Turística. Estrategias y Planificación en Política Turística. La Política Turística en España y en la Comunidad Valenciana. La Política Turística y las infraestructuras. La Política Turística y el transporte. La Política Turística y el medio ambiente. La Política Turística y la difusión.
23533	INGLÉS DEL TURISMO III	OB	6	<p>COMPRESIÓN ORAL: Comprender la idea principal y los detalles específicos en las actividades propias de esta destreza. Comprender monólogos o diálogos con diferentes registros. Comprender discursos orales de temática específica.</p> <p>COMPRESIÓN LECTORA: Discursos y textos profesionales reales. Artículos y textos académicos del Turismo.</p> <p>INTERACCIÓN ORAL: Diálogos propios de la especialidad (conversaciones telefónicas, reuniones, conversaciones cara-a-cara, B2B [Business to Business], etc.).</p> <p>EXPRESIÓN ORAL: Presentaciones efectivas (TTOO, Agencias de Viajes, Guías Turísticos, Recepcionistas, etc.).</p> <p>EXPRESIÓN ESCRITA: Géneros Textuales del mundo del Turismo.</p> <p>TERMINOLOGÍA ESPECÍFICA. Frases hechas, expresiones idiomáticas, fórmulas, etc. Campos Semánticos del mundo del Turismo.</p> <p>FUNCIONES COMUNICATIVAS. Funciones Profesionales (introducir una reunión, hacer presentaciones, negociar acuerdos, ofertar productos, etc.).</p>
23534	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS EN TURISMO	OB	6	Fundamentos teórico-prácticos de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas aplicados al sector turístico. Los emisores de comunicación publicitaria y de relaciones públicas en el ámbito público y privado: estructuras comunicativas para la promoción turística. Proceso de planificación estratégica de la comunicación y las variables que intervienen. Identidad y posicionamiento estratégico de los territorios y destinos. Técnicas de comunicación convencional y no convencional orientada a la promoción de los territorios, productos y destinos turísticos. Procesos informativos de comunicación turística a través de los medios de comunicación social. Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación turística y la gestión de relaciones públicas. Relevancia del contexto social, cultural político y económico en la promoción turística. Nuevas tendencias e innovación en el diseño y desarrollo de las estrategias de comunicación turística.



TERCER CURSO - SEMESTRE 6 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23535	DERECHO TRIBUTARIO	OB	6	Derecho Tributario: concepto, principios y fuentes. El tributo: concepto y clases. La relación jurídico-tributaria. Procedimientos tributarios. Fiscalidad del beneficio de la empresa turística. Fiscalidad sobre el tráfico turístico. Fiscalidad ecoturística.
23536	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OB	6	Niveles de la estrategia en la empresa turística. Misión y objetivos de la empresa turística. Análisis estratégico externo e interno. Estrategias competitivas de la empresa turística. Implantación de la estrategia.
23538	PLANIFICACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO	OB	6	La dimensión territorial del turismo. Fundamentos de planificación territorial en espacios turísticos. Estructura y componentes básicos de los procesos de planificación territorial y turística. Marco político-administrativo de la planificación de los espacios turísticos. Ordenación territorial y urbanística de los espacios turísticos. Técnicas e instrumentos de gestión medioambiental. Instrumentos de planificación sectorial-turística.
23539	ANTROPOLOGÍA APLICADA AL TURISMO	OB	6	Métodos y técnicas cualitativas en la antropología aplicada al turismo. El sistema turístico en el ámbito cultural. Imágenes del turismo y productos turístico-culturales. Consecuencias socio-culturales del turismo. Estudios de caso transculturales.

A ELEGIR UNA DE LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS

23537	FRANCÉS PARA TURISMO III	OB	6	La venta y la postventa de un producto turístico. Las formas de pago y sus mecanismos. La gestión de las reclamaciones. Promover un producto turístico y fidelizar el cliente. La publicidad y la imagen de un producto o una empresa turística. Promover un destino turístico.
23637	ALEMÁN PARA TURISMO III	OB	6	<p>CONTENIDOS TEMÁTICOS: El paquete de viajes: Los servicios turísticos. Tipos de turismo. Ciudades y viajes culturales: La oferta cultural de una ciudad. Orientarse en la ciudad. Museos y tours. Turismo de sol y playa: La oferta: sol y relajación. El alojamiento en los grandes hoteles de playa. Los programas de animación. Las vacaciones de invierno: Las vacaciones de invierno. Las vacaciones de invierno en Alemania. Esquí en España. Preferencias: Entornos naturales. Alojamientos rurales. La naturaleza en España. Organización y gestión hotelera: La recepción. La habitación de hotel. El transporte aéreo: Los aeropuertos. Las compañías aéreas. La oferta turística. Otros medios de transporte: El tren. El barco: cruceros. Los touroperadores. La correspondencia comercial.</p> <p>CONTENIDOS GRAMATICALES: Los pronombres. Los artículos. Las preposiciones. La declinación de los adjetivos. El verbo: Konjunktiv II, Pasiva y Präteritum. Conectores. Oraciones de relativo. Los verbos con objeto preposicional.</p> <p>CONTENIDOS CULTURALES: Los conocimientos culturales sobre los países de lengua germánica se abordarán al ir tratando los diferentes contenidos temáticos ya que están intrínsecamente ligados a ellos. Así por ejemplo en el tema de la recepción se estudiarán en profundidad los aspectos relevantes sobre la cortesía lingüística.</p>



CUARTO CURSO - SEMESTRE 7 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
ITINERARIO: ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA (las 2 primeras obligatorias y las siguientes 3 a elegir).				
23550	GESTIÓN DE CALIDAD EN TURISMO	OP	6	Conceptos de la calidad y la gestión de la calidad. Planificación, control y mejora de la calidad. Medición de la calidad de servicio (SERVQUAL, gestión de quejas y reclamaciones, encuestas, indicadores, etc.). Modelos de calidad en el sector turístico (modelo EFQM, norma ISO 9001, sistema de calidad turística española). Equipos de mejora de la calidad. Herramientas para la mejora de la calidad. Herramientas y sistemas de gestión ambiental en empresas turísticas (buenas prácticas, etiqueta ecológica, norma ISO 14001, Reglamento EMAS).
23551	GESTIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OP	6	Capitalización y actualización. Valoración de proyectos de inversión. Valoración de activos financieros. Financiación de la empresa. Fuentes de financiación II. El coste de capital. Análisis económico financiero de la empresa turística. La gestión del activo circulante.
23560	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE EMPRESAS TURÍSTICAS	OP	6	La estrategia corporativa de la empresa turística: diversificación, integración vertical e internacionalización. Métodos de desarrollo de las estrategias corporativas.
23561	TENDENCIAS E INNOVACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO	OP	6	Tendencias actuales de gestión hotelera en áreas de atención cliente y Yield Management. Los nuevos parámetros en materia de ahorro de costes y seguridad. Gestión y optimización del inventario de habitaciones con la utilización de las nuevas herramientas disponibles. Actualización en el manejo de la gestión de reservas. Nuevas funciones ejecutivas y nuevos perfiles en los jefes de departamento.
23562	AGENCIAS DE VIAJES E INTERMEDIACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO	OP	6	Agencias de viaje, concepto y clases, en especial las agencias de viaje electrónicas, normativa aplicable, formas jurídicas, responsabilidad. Derecho estatal y autonómico. Mercado e intermediación turísticos.
23750	DERECHO ADMINISTRATIVO	OP	6	El ordenamiento administrativo. Estructura, organización y régimen jurídico básico de las Administraciones Públicas. Posición del administrado. Actos administrativos, procedimiento administrativo común, reclamaciones y recursos administrativos. Ordenamiento turístico.
23751	GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA: REGIONES, RUTAS Y DESTINOS	OP	6	Factores y procesos de organización territorial del turismo en España. Distribución territorial del turismo español. Análisis regional del turismo: rasgos distintivos de las principales áreas turísticas. Rutas e itinerarios turísticos españoles. Evaluación territorial de los principales destinos turísticos.
23752	TURISMO Y PRÁCTICAS TERRITORIALES EN DESARROLLO LOCAL	OP	6	Conceptos generales, bases para el desarrollo local y actividad turística: Fuentes, organizaciones y herramientas técnicas para la aplicación del desarrollo local. Gobernanza, cohesión territorial y participación ciudadana en el ámbito del turismo. Planificación estratégica, políticas territoriales y modelos de desarrollo turístico. Identidad, imagen y gestión de los recursos turísticos locales de un territorio (marca territorio, indicación geográfica protegida, paisaje, etc.). Proyectos en desarrollo local y turismo: experiencias en el Mediterráneo, Europa y América Latina (Programas de intervención pública en el ámbito local: Turismo responsable y comunitario). El ejercicio profesional del desarrollo local en territorios turísticos (AEDL, ADIR, Técnico en turismo, etc.)



CUARTO CURSO - (Cont.) SEMESTRE 7 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
ITINERARIO: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (las 2 primeras obligatorias y las siguientes 3 a elegir).				
23650	GESTIÓN INTEGRAL DE DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	La integración del destino en el sistema turístico global. Origen y evolución de los destinos turísticos. Factores de cambio e implicaciones de gestión. Los sistemas de información para la gestión turística. La gestión turística en la organización municipal. Planificación y gestión estratégica de destinos turísticos. Identidad territorial, imagen y promoción de los destinos turísticos. Valorización de recursos y estructuración de productos.
23651	SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA APLICADOS A LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS	OP	6	Uso avanzado de bases de datos especializadas en la información sobre el territorio. Gestión y acceso a <i>geodatabases</i> e información territorial de tipo turístico, mediante el concurso de Tecnologías de la Información Geográfica (TIG). La utilización de Sistemas de Información Geográfica (SIG) y su importancia dentro de las TIG en el análisis de información territorial de tipo turístico. Creación de bases de datos SIG sobre información turística para su empleo en trabajos de ordenación del territorio. Aplicación y revisión de casos prácticos sobre los recursos de información geográfica y los SIG en el análisis territorial de la actividad turística y la planificación en los destinos turísticos.
23750	DERECHO ADMINISTRATIVO	OP	6	El ordenamiento administrativo. Estructura, organización y régimen jurídico básico de las Administraciones Públicas. Posición del administrado. Actos administrativos, procedimiento administrativo común, reclamaciones y recursos administrativos. Ordenamiento turístico.
23751	GEOGRAFÍA TURÍSTICA DE ESPAÑA: REGIONES, RUTAS Y DESTINOS	OP	6	Factores y procesos de organización territorial del turismo en España. Distribución territorial del turismo español. Análisis regional del turismo: rasgos distintivos de las principales áreas turísticas. Rutas e itinerarios turísticos españoles. Evaluación territorial de los principales destinos turísticos.
23752	TURISMO Y PRÁCTICAS TERRITORIALES EN DESARROLLO LOCAL	OP	6	Conceptos generales, bases para el desarrollo local y actividad turística: Fuentes, organizaciones y herramientas técnicas para la aplicación del desarrollo local. Gobernanza, cohesión territorial y participación ciudadana en el ámbito del turismo. Planificación estratégica, políticas territoriales y modelos de desarrollo turístico. Identidad, imagen y gestión de los recursos turísticos locales de un territorio (marca territorio, indicación geográfica protegida, paisaje, etc.). Proyectos en desarrollo local y turismo: experiencias en el Mediterráneo, Europa y América Latina (Programas de intervención pública en el ámbito local: Turismo responsable y comunitario). El ejercicio profesional del desarrollo local en territorios turísticos (AEDL, ADIR, Técnico en turismo, etc.)
23661	SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y ECOTURISMO	OP	6	Introducción a la ecología y sostenibilidad. Descripción del ecosistema como unidad básica para el ecoturismo. Biomas terrestres: sus descriptores ecológicos y ecoturísticos. Ecosistemas terrestres ibéricos: sus descriptores ecológicos y ecoturísticos. Ecosistemas acuáticos y litorales: sus descriptores ecológicos y ecoturísticos. Biodiversidad y paisaje como recursos ecoturísticos. Impacto ambiental y principales impactos ambientales globales. Impactos ambientales del turismo. Herramientas para la gestión sostenible del turismo. Ecoturismo.

CUARTO CURSO - (Cont.) SEMESTRE 7 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23662	PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN TURISMO	OP	6	La gestión de eventos públicos y privados en la promoción de los territorios y destinos turísticos. El protocolo y el ceremonial como elementos clave en la estructura y programación de los eventos turísticos. Principios y fundamentos del protocolo como disciplina instrumental. Técnicas protocolarias. Regulación protocolaria y normativa sectorial en el protocolo oficial. Usos, costumbres y tradiciones presentes en la gestión de los eventos. Los procesos de comunicación (publicitarios y de rr.pp.) en la planificación de los eventos de carácter turístico. La gestión de la marca acontecimiento como refuerzo de la marca ciudad. Los procesos de producción de noticias (<i>newsmaking</i>) y la gestión de eventos.
23663	ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL MEDIO RURAL	OP	6	Conceptos de turismo rural: origen, modalidades, factores condicionantes para las actividades turísticas en espacios rurales, fuentes y organismos. Políticas de desarrollo rural integrado, actividades turísticas y modelos de desarrollo en Europa. Tipologías de alojamientos y oferta complementaria en el medio rural: el turismo rural, agroturismo, turismo deportivo y el turismo de naturaleza. Consideraciones sobre la demanda, grado de motivación y perfiles socio demográficos. Los impactos de la actividad turística en los espacios rurales: impactos socioeconómicos, ambientales, culturales, paisajísticos, etc. Planificación y gestión de la actividad turística en el medio rural valenciano.

CUARTO CURSO- SEMESTRE 8 (FORMACIÓN OBLIGATORIA 18 ECTS + FORMACIÓN OPTATIVA⁽²⁾ 12 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
23598	PRÁCTICAS EXTERNAS	OB	12	Las prácticas externas consisten en que el estudiante se integre en el ejercicio profesional real y aplique en la práctica los conocimientos y habilidades que ha ido adquiriendo en las distintas asignaturas del Grado. Las tareas concretas a realizar variarán de acuerdo con el puesto al que se incorpore el estudiante en prácticas. En cualquier caso, estas tareas estarán directamente vinculadas al ejercicio profesional de un graduado/a en turismo y se realizarán en empresas e instituciones vinculadas al turismo.
23599	TRABAJO FIN DE GRADO	OB	6	El Trabajo Fin de Grado consistirá en la elaboración y defensa de un proyecto o trabajo de investigación, que puede consistir en un análisis empírico o en una revisión de la bibliografía determinando el estado de la cuestión elegida. El centro establecerá entre los profesores doctores un listado de tutores. El tutor deberá fijar claramente con el estudiante el tema y los objetivos del Trabajo Fin de Grado, supervisar el proceso de elaboración del trabajo y dar el visto bueno a la presentación y defensa del mismo. Los trabajos de fin de grado serán evaluados por una Comisión o Tribunal formado a tal efecto.



CUARTO CURSO (Cont.)- SEMESTRE 8 (FORMACIÓN OBLIGATORIA 18 ECTS + FORMACIÓN OPTATIVA⁽²⁾ 12 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
ITINERARIO: ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA (2 a elegir entre las siguientes).				
23753	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	Nuevas tecnologías de la información y comunicación aplicadas al entorno empresarial en el ámbito del turismo. Bases de datos Avanzadas. Almacenes de datos. Minería de datos. Tecnologías aplicadas al soporte de decisiones. Internet. Diseño Web. Comercio electrónico. E-Business. Empresa virtual. Redes de comunicaciones. Arquitecturas y Sistemas. Proveedores de Soluciones.
23563	PROMOCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA	OP	6	Filosofía y técnica del marketing aplicado a la empresa turística. La promoción en la empresa turística. Planificación publicitaria. Difusión de campañas. Evaluación de campañas. Tipología y técnicas de promociones de ventas. Técnicas de venta.
23564	ANÁLISIS DE DATOS	OP	6	Fundamentos básicos del análisis de coyuntura. Ámbito temporal del análisis de coyuntura. Estudio de las fluctuaciones económicas básicas. Fuentes estadísticas para el análisis de coyuntura en el sector turístico. Caracterización de los indicadores económicos relativos al turismo. Identificación y extracción de componentes no observados. Análisis de coyuntura y previsión económica. Identificación y extracción de componentes subyacentes. Estructura, diseño y elaboración de un informe de coyuntura económica para el sector turístico.
23754	INVESTIGACIÓN SOCIAL DEL TURISMO	OP	6	La importancia de la investigación científica en turismo. El proceso de la investigación social. Evaluación de los impactos sociales y culturales del turismo. Técnicas básicas de investigación social. Presentación de proyectos de investigación.
ITINERARIO: PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS (2 a elegir entre las siguientes).				
23660	GESTIÓN TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS LITORALES	OP	6	El espacio litoral. Conceptos y límites. Tipologías litorales. Dinámicas y procesos. Su relación con el turismo. Ocupación humana del litoral. Normativa de referencia. Planificación y gestión integrada de áreas litorales. La calidad en el litoral como vía para la recualificación de destinos turísticos.
23753	NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS	OP	6	Nuevas tecnologías de la información y comunicación aplicadas al entorno empresarial en el ámbito del turismo. Bases de datos Avanzadas. Almacenes de datos. Minería de datos. Tecnologías aplicadas al soporte de decisiones. Internet. Diseño Web. Comercio electrónico. E-Business. Empresa virtual. Redes de comunicaciones. Arquitecturas y Sistemas. Proveedores de Soluciones.
23664	VALORACIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	OP	6	Arqueología, patrimonio y turismo: Conceptos básicos. Legislación básica del Patrimonio Arqueológico. La Arqueología como recurso turístico: I. De los yacimientos visitables a los Parques Arqueológicos. La Arqueología como recurso turístico: II. Monumentos y conjuntos históricos. Difusión turística del Patrimonio Arqueológico. Yacimientos y museos arqueológicos de la Comunidad Valenciana.
23754	INVESTIGACIÓN SOCIAL DEL TURISMO	OP	6	La importancia de la investigación científica en turismo. El proceso de la investigación social. Evaluación de los impactos sociales y culturales del turismo. Técnicas básicas de investigación social. Presentación de proyectos de investigación.

PROGRAMAS INTERNACIONALES DE MOVILIDAD

- **Programas de Movilidad Erasmus+ de estudiantes con fines de estudio:** el Programa de Aprendizaje Permanente Erasmus está promovido por la Unión Europea, con el fin de incentivar los intercambios de estudiantes entre los países miembros.
- **Programa de Movilidad no Europea:** por medio de este programa, los estudiantes de la UA pueden realizar una parte de sus estudios en Universidades no europeas con las cuales la UA haya suscrito convenios de intercambio de estudiantes. Dicho intercambio se realizará con el objetivo de reconocimiento académico y de aprovechamiento, así como de adecuación a su perfil curricular.

PROGRAMAS NACIONALES DE MOVILIDAD

- **Programa de Movilidad Nacional SICUE:** permite realizar a los estudiantes una parte de sus estudios en otra universidad española distinta a la suya, con garantías de reconocimiento académico y de aprovechamiento, así como de adecuación a su perfil curricular.
- **Programa DRAC:** tiene como objetivo la movilidad de estudiantes entre las instituciones que integran la XARXA VIVES D'UNIVERSITATS. Incluye distintas convocatorias de ayudas (DRAC-Hivern, DRAC-Formació Avançada y DRAC- Estiu).





Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

■ DOCENCIA E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Materiales, tutorías y debates on-line / Sesiones docentes / Autoevaluación on-line / Nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza-aprendizaje / Bibliotecas especializadas / Salas de estudio 24 horas / Préstamo, reservas de ordenadores y de salas on-line / Procesos de adaptación a los criterios de Espacio Europeo de Educación Superior: titulaciones, contenidos, metodologías enseñanza-aprendizaje...

■ FORMACIÓN PRÁCTICA Y EMPLEABILIDAD

Prácticas curriculares y extracurriculares / Bolsa de empleo / Gabinete de Iniciativas para el Empleo (GIPE) / Formación y orientación laboral / Centro de Empleo / Observatorio de Inserción Laboral / Prácticas para estudiantes y titulados en empresas de Europa (programa AITANA) / Programa UA-Emprende

■ MOVILIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN

Idiomas (inglés, francés, alemán, italiano, chino, japonés, ruso, árabe...) / Períodos de estudios en el extranjero: ámbito europeo (Erasmus+) y no europeo. / Estancias lingüísticas en verano / Estudios en otras universidades españolas (Sicue, Drac) / Cooperación al Desarrollo

■ CULTURA

Talleres y cursos / Actividades culturales: conciertos, teatro, música, danza, exposiciones... / MUA (Museo Universitario) / Teatro y grupos teatrales / Grupos musicales (Orquesta Filarmónica, Coral) / Voluntariado cultural

■ DEPORTES

Práctica libre / Ligas internas / Ligas federadas / Campeonatos Autonómico y Nacional / Múltiples modalidades deportivas / Instalaciones ampliadas

■ ALOJAMIENTO Y SERVICIOS

Residencias Universitarias / Viviendas para alquilar y compartir / Cafeterías y comedores con precios especiales / Transporte Universitario

■ RECURSOS TECNOLÓGICOS

Ordenadores de libre acceso / Red Inalámbrica / Correo electrónico personal / Espacio web propio para publicar / Ventajas en adquisición de portátiles / Impresión de documentos remota / Promoción del uso de software libre (COPLA) / Sede Electrónica / Acceso a la UA desde dispositivos móviles

■ APOYO E INFORMACIÓN AL ESTUDIANTE

Servicio de Información / CAE (Centro de Apoyo al Estudiante) / Secretarías de los Centros / Guía de Estudiantes / Sesiones de acogida para estudiantes de nuevo ingreso / Programa de Acción Tutorial

Títulos de grado



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



ARTES Y HUMANIDADES

- Español: Lengua y Literaturas **1 9**
- Estudios Árabes e Islámicos **1**
- Estudios Franceses **1 9**
- Estudios Ingleses **1**
- Filología Catalana **1 3 9**
- Historia
- Humanidades **2**
- Traducción e Interpretación (Alemán)
- Traducción e Interpretación (Francés)
- Traducción e Interpretación (Inglés)

CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

- Administración y Dirección de Empresas (ADE) **5 6 7**
- Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
- Criminología
- Derecho **8**
- Derecho + ADE (DADE) **8**
- Derecho + Criminología (DECRIM) **8**
- Derecho + Relaciones Internacionales (DERRII) **8**
- Economía **5**
- Gastronomía y Artes Culinarias
- Geografía y Ordenación del Territorio
- Gestión y Administración Pública
- Ingeniería Informática + Administración y Dirección de Empresas (I²ADE)
- Maestro en Educación Infantil
- Maestro en Educación Primaria **2 3**

- Marketing **6**
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Relaciones Internacionales
- Relaciones Laborales y Recursos Humanos
- Sociología
- Trabajo Social
- Turismo
- Turismo + ADE (TADE)

CIENCIAS

- Biología
- Ciencias del Mar
- Física **4**
- Geología
- Matemáticas **4**
- Química

CIENCIAS DE LA SALUD

- Enfermería
- Medicina (pendiente de autorizar)
- Nutrición Humana y Dietética
- Óptica y Optometría

INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

- Arquitectura Técnica
- Fundamentos de la Arquitectura
- Ingeniería Biomédica
- Ingeniería Civil

- Ingeniería en Sonido e Imagen en Telecomunicación
- Ingeniería Informática
- Ingeniería Informática + Administración y Dirección de Empresas (I²ADE)
- Ingeniería Multimedia
- Ingeniería Química
- Ingeniería Robótica

Programas organizados para simultalear:

- 1** Dos de estas filologías.
- 2** Magisterio Educación Primaria y Humanidades.
- 3** Magisterio Educación Primaria y Filología Catalana.
- 4** Matemáticas y Física.
- 5** ADE y Economía.
- 6** ADE y Marketing.

Dobles grados internacionales:

- 7** Doble Grado Internacional con la Northwestern State University (EEUU) (hay que tener superados 120 créditos de ADE).
- 8** Doble Grado Internacional en Derecho UA - UNIVALI (Brasil) (hay que tener superados 120 créditos de Derecho).
- 9** Doble Grado Internacional: Programa Internacional UA / Universidad de Bamberg (Alemania) (estar matriculado/a en tercero de grado).



+ info: Servicio de Información. Universidad de Alicante.
Teléfono: 965903456 - Fax: 965903755
e-mail: informacio@ua.es
Ctra. San Vicente del Raspeig, s/n.
Apartado de correos 99. 03080 Alicante.