

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Desarrollo y Lanzamiento de Proyectos Turísticos por la Universidad de Barcelona	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo				
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas				
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Viajes, turismo y ocio	Administración y gestión de empresas	
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad de Barcelona				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
004	Universidad de Barcelona			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
24	30	6
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo	18.	
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas	18.	
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas	18.	

1.3. Universidad de Barcelona

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
08070301	Escuela de Hostelería y Turismo-CETT

1.3.2. Escuela de Hostelería y Turismo-CETT

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	A DISTANCIA



Sí	Sí	Sí
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
100	120	
	TIEMPO COMPLETO	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	49.0	60.0
RESTO DE AÑOS	49.0	60.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	20.0	48.0
RESTO DE AÑOS	20.0	48.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.ub.edu/acad/noracad/permanencia.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.
CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados
CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.
CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.
CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.
CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.
CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.
CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.
CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.
CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.
CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.
CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estragía empresarial.
CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital
CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.
CE11 - Analizar y comparar las principales políticas y normativas internacionales que aplican al lanzamiento de proyectos turísticos y expansión de empresas turísticas.



CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.

CE13 - Evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas tipologías de mercados y consumidores turísticos.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Requisitos de acceso y procedimiento de admisión generales

Acceso

Para acceder a los estudios del máster universitario se tendrá en cuenta lo que establece al respecto el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010. Las normas y procedimiento de admisión se regirán por lo que establezca en ese momento tanto la Universidad de Barcelona.

Para acceder a los másteres universitarios, hay que estar en posesión de un título universitario oficial y hacer una preinscripción para acceder al proceso de selección.

En caso de que el título universitario con el que se quiere acceder sea extranjero, hay que consultar el apartado Admisión con estudios extranjeros: másteres universitarios para conocer las condiciones específicas de admisión, de la Universidad de Barcelona.

Documentación

Para solicitar el acceso al máster se ha de presentar la siguiente documentación:

- Copia del título que da acceso al Máster o de haberlo solicitado
 - Copia del DNI o pasaporte
 - Currículum Vitae
 - Copia del expediente académico con nota media
- Si el título no es español: adjuntar con el expediente la Declaración de Equivalencia de la Nota Media del Ministerio de Educación de España.

Criterios específicos de admisión

Las titulaciones que se consideran afines con los objetivos perseguidos del programa formativo, y que se vinculan directamente la admisión a esta propuesta de titulación son las siguientes:

- Grado en Turismo.
- Grado de Dirección Hotelera.
- Grado en Negocio digital, diseño e innovación.
- Grado de Ciencias Culinarias y Gastronómicas.
- Grado Internacional del turismo.
- Grado en ciencias empresariales
- Grado en Economía
- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Humanidades
- Grado en Investigación y Técnicas de Mercado
- Grado en RRPP y comunicación.
- Cualquier Grado vinculado con las ramas de conocimiento de las ciencias sociales y humanidades, especialmente los derivados de las anteriores diplomaturas y licenciaturas en la adaptación a EEES. En este sentido, es importante apuntar que las titulaciones anteriores se#recogen# a modo de ejemplo, con la voluntad de concretar el contenido de las titulaciones de entrada afines al máster y que son necesarias para el acceso del estudiante; no obstante, y debido a la gran cantidad de grados, su actualización constante, con diferentes nomenclaturas, pero con enfoques y objetivos de aprendizaje coincidentes, y delante de la imposibilidad de recogerlos todos, se estudiará el acceso de manera personalizada de estudiantes que provengan de otras# titulaciones no recogidas en el anterior listado, siempre y cuando tengan competencias y objetivos de aprendizaje similares al listado adjunto.

Excepcionalmente se#podrá#inscribir también un licenciado o graduado en otras áreas, que pueda aportar un currículum académico o profesional que aconseje la realización de este máster y así lo resuelva la Comisión de Admisión del máster, juntamente con la definición de los complementos de formación que procedan (ver apartado 4.6)

La solicitud de admisión al máster deberá ir acompañada, además del currículum vitae del candidato, del expediente académico oficial de la titulación de acceso (requisito indispensable).

El órgano de admisión del máster está constituido por la dirección de la Escuela Universitaria, la Dirección del Máster, la Coordinación de los Másteres del centro y los profesores responsables de las especialidades del programa formativo. Esta comisión sigue los siguientes criterios para aceptar o denegar las solicitudes de admisión al máster.



La comisión de coordinación del máster realizará entrevistas personales con los candidatos. Las entrevistas se podrán realizar a distancia.

Los criterios de valoración de la admisión seguirán el siguiente baremo (0-100):

- Nota media del expediente académico en la titulación de acceso: 40 puntos.
- Formación específica (exceptuando titulación de acceso): 15 puntos.
- Experiencia profesional en el ámbito del conocimiento del máster: 20 puntos.
- Entrevista personal para detectar la motivación del estudiante y la adecuación del estudiante a los objetivos del programa formativo: 25 puntos.
- Acreditación del nivel idioma de impartición de las clases (requisito indispensable):

Grupo impartido en castellano

Se exigirá a los estudiantes de países donde el español no es una lengua oficial, que acrediten que poseen un nivel B2.

Grupo impartido en catalán.

En el caso que se dé una demanda suficiente de estudiantes para organizar un grupo en esta lengua, se exigirá a los estudiantes de lugares donde el catalán no es una lengua oficial, que acrediten que poseen un nivel B2.

Grupo impartido en inglés.

Se exigirá a los estudiantes de lugares donde el inglés no es una lengua oficial, que acrediten que poseen un nivel B2.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

La UB, desde cada uno de sus centros, realiza actividades y programas específicos de información y de atención al estudiante matriculado en la universidad, en colaboración con el Servicio de Atención al Estudiante (SAE).

Estas actividades y programas están enmarcados en el plan de acción tutorial de la Universidad de Barcelona (PAT). Se trata de un plan institucional de cada titulación, donde se especifican los objetivos y la organización de la acción tutorial.

Cada Máster elabora su Plan de Acción Tutorial (PAT) en el que tiene que incluir como mínimo:

- a) Análisis del contexto y de las necesidades del máster
- b) Objetivos del PAT.
- c) Actividades o acciones que se desarrollarán, indicando un calendario orientativo y las personas responsables.
- d) Organización del PAT
- e) Seguimiento y evaluación del PAT

Las acciones que incluye el plan de acción tutorial son:

Acciones en la fase inicial de los estudios del máster:

- a) Actividades de presentación del máster.
- b) Colaboración en actividades de acogida para los estudiantes de programas de movilidad matriculados en la UB.
- c) Colaboración con los coordinadores de programas de movilidad.

Acciones durante el desarrollo de los estudios de Master:

- a) Atención personalizada al estudiante para orientarlo, y ayudarlo a incrementar el rendimiento académico, especialmente respecto de su itinerario curricular y de la ampliación de su horizonte formativo, en un marco de confidencialidad y de respeto a su autonomía.
- b) Información de interés para el estudiante: estancias formativas fuera de la UB (programas Erasmus, o equivalentes), becas, prácticas, otras ofertas de master.

Acciones en la fase final de los estudios:

- a) Acciones de formación y de orientación para la inserción profesional y para la continuidad en otros estudios.



b) Información sobre recursos del SAE relacionados con la inserción laboral y la bolsa de trabajo.

c) Atención personalizada al estudiante para orientarlo, especialmente respecto a su inserción profesional y a la continuidad de los estudios.

Acciones dirigidas a dar apoyo al alumnado con características o perfiles específicos (estudiantes con discapacidad, con rendimiento de excelencia, deportistas de élite etc...) y acciones dirigidas específicamente a informar y dar apoyo a estudiantes extranjeros.

Otras consideraciones a tener en cuenta y que se incluyen en el documento del plan de acción tutorial hacen referencia a las funciones de los coordinadores del PAT, al alcance de las acciones tutoriales, a las figuras de los tutores para la atención personalizada a los estudiantes, y al seguimiento y evaluación del plan.

INFORMACIÓN ESPECÍFICA CORRESPONDIENTE DEL CETT

Siguiendo los parámetros establecidos por el Plan de Acción Tutorial de la Universidad de Barcelona, la EUHT CETT articula sus acciones tutoriales considerando tres aspectos básicos:

-Información

-Orientación

-Formación

La nueva concepción de un enfoque del aprendizaje basado en el estudiante, junto con la incorporación de la adquisición de competencias transversales más vinculadas a aspectos actitudinales, brinda la oportunidad de redefinir los objetivos y organización de las acciones tutoriales.

Siguiendo con esta orientación, se considera importante la implicación de todas las personas en contacto con el estudiante a lo largo de todo el proceso formativo, articulándose entorno a las siguientes figuras:

- Dirección de la EUHT CETT-UB
- Coordinación de Másteres
- Dirección del Máster
- Coordinación de la especialidad
- Profesorado
- Career Services CETT
- Secretaría.
- Tutor académico de prácticas
- Tutor del proyecto final de máster (TFM).

A continuación se resumen en el siguiente cuadro las diferentes acciones tutoriales de la EUHT CETT-UB:

	INFORMACIÓN	FORMACIÓN	ORIENTACIÓN
DIRECCIÓN EUHT CETT-UB	X		X
COORDINACIÓN MÁSTER	X		X
DIRECCIÓN DEL MÁSTER	X		X
COORDINACIÓN ESPECIALIDAD	X		X
PROFESORADO		X	X
CAREER SERVICES	X		X

Acciones en la fase inicial de los estudios del máster:

- Actividades de presentación del máster.
- Actividades de presentación de los estudiantes.

Acciones durante el desarrollo de los estudios de Máster:



· Atención personalizada al estudiante para orientarlo, y ayudarlo a incrementar el rendimiento académico, especialmente respecto de su itinerario curricular y de la ampliación de su horizonte formativo, en un marco de confidencialidad y de respeto a su autonomía.

· Información de interés para el estudiante: estancias formativas fuera de la UB, becas, otras ofertas de máster.

Acciones en la fase final de los estudios:

· Acciones de formación y de orientación para la inserción profesional y para la continuidad en otros estudios.

· Información sobre recursos del Career Services relacionados con la inserción laboral.

Atención personalizada al estudiante para orientarlo, especialmente respecto a su inserción profesional y a la continuidad de los estudios.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Normas para el reconocimiento y para la transferencia de créditos en las enseñanzas oficiales de máster universitario de la Universidad de Barcelona (Aprobadas por el Consejo de Gobierno de 7 de febrero de 2012)

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales de grado, máster y doctorado impartidas por las universidades españolas en todo el territorio estatal (modificado por el RD 861/2010, de 2 de julio), establece como uno de los objetivos fundamentales de la organización de las enseñanzas el fomento de la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa como en otras partes del mundo y, sobre todo, la movilidad entre las distintas universidades españolas y dentro de una misma universidad. Resulta, por tanto, imprescindible disponer de un sistema de reconocimiento, de transferencia y de acumulación de créditos, en el que los créditos cursados previamente sean reconocidos e incorporados al expediente del estudiante.

En este sentido, estas normas pretenden regular el procedimiento y los criterios que se deberán aplicar en la Universidad de Barcelona, respetando la legislación vigente.

1. El reconocimiento de créditos

El reconocimiento de créditos es la aceptación por parte de la Universidad de Barcelona de la formación o experiencia profesional que figura a continuación, y que se computa en el expediente de otras enseñanzas que el estudiante esté cursando al efecto de la obtención de un título oficial.

En ningún caso se reconocerán los créditos correspondientes al trabajo final de máster.

Formación o experiencia profesional objeto de reconocimiento

a) Los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la Universidad de Barcelona o en cualquier otra universidad, computan en las nuevas enseñanzas oficiales, a efectos de obtener un título oficial.



Los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales pueden ser reconocidos por créditos del título de máster, excepto los créditos correspondientes al trabajo final de máster, teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos adquiridos.

b) Los créditos cursados en enseñanzas superiores conducentes a otros títulos amparados por el artículo 34.1 de la Ley 6 / 2001 de Universidades.

c) La experiencia laboral y profesional, siempre que esté relacionada con las competencias de la titulación que está cursando el estudiante.

El límite de créditos que se podrán reconocer, basándose en otros títulos y en la experiencia profesional apartados b i c), no podrá ser superior, en conjunto, al 15 % de los créditos del plan de estudios que el estudiante está cursando.

Únicamente se podrá reconocer un porcentaje superior al 15 %, hasta la totalidad de créditos del plan de estudios, cuando el título propio haya sido extinguido y sustituido por el título oficial, y así conste en la memoria del título oficial verificada en las condiciones establecidas en los artículos 6.4 y 6.5 del Real Decreto 861/2010.

En cumplimiento del acuerdo del Consejo de Universidades de 6 de julio de 2010 sobre Formación Continua, que también fue aprobado por la Conferencia General de Política Universitaria de 7 de julio de 2010, y teniendo en cuenta el artículo 6.4. del RD 86172010, de 3 de julio, por el cual se modifica el RD 1393/2007, de 28 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en el que se contempla la posibilidad de reconocimiento de créditos en másteres oficiales del 15% de la totalidad de los créditos que constituyen el plan de estudios a partir de la experiencia previa y de los estudios cursados en titulaciones no, la Universidad de Barcelona reglamentará al amparo de las nuevas disposiciones ministeriales o indicaciones del Consejo de Universidades un reconocimiento más amplio y flexible de los créditos cursados en titulaciones propias de manera que el alumno pueda continuar estudios a nivel de máster en los programas en los que sea posible según el grado de competencias adquiridas. Se establecerán los acuerdos necesarios entre universidades para este reconocimiento.

2. Criterios para la resolución del reconocimiento

El reconocimiento se llevará a cabo valorando la adecuación de competencias y contenidos de las materias y las asignaturas que ha superado el estudiante en relación con las materias y las asignaturas definidas en el plan de estudios del título de máster al que accede.

En el caso de resolver el reconocimiento por créditos parciales de materias del título de máster, la resolución deberá incluir la relación de asignaturas que deberá cursar el estudiante para completar los créditos que establece la titulación para obtener el título.

Los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad en la Universidad de Barcelona o en cualquier otra universidad española, que no hayan sido objeto de reconocimiento, se transferirán al expediente académico del estudiante, siempre que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

No se transferirán al nuevo expediente académico del estudiante los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales previas que no han conducido a obtener un título cuando la persona interesada manifieste previamente la voluntad de simultanear las enseñanzas.

3. La transferencia de créditos

La transferencia de créditos consiste en incluir, en todos los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas que ha seguido el estudiante, los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad en la Universidad de Barcelona o en cualquier otra universidad española, siempre que no hayan conducido a obtener un título oficial y que no hayan sido objeto de reconocimiento.

4. Efectos académicos



Todos los créditos que haya obtenido el estudiante en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del título correspondiente, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el suplemento europeo al título (SET).

Los créditos reconocidos a partir de asignaturas de estudios oficiales o de estudios propios que se hayan extinguido por la implantación del título oficial se tendrán en cuenta para computar los créditos que debe superar el estudiante para obtener el título oficial. Únicamente los créditos superados en el título oficial y los reconocidos se computarán para calcular la media del expediente académico del estudiante.

Los créditos transferidos no se tendrán en cuenta a efectos de computar créditos que hay que superar para obtener el título oficial ni de calcular la media del expediente académico del estudiante.

5. Reconocimiento y transferencia de créditos en másteres interuniversitarios

En el caso de másteres interuniversitarios en los que se expida un título conjunto, serán de aplicación las normas de la universidad coordinadora.

En los másteres interuniversitarios con presencia de universidades extranjeras, en el que cada universidad expide su título, serán de aplicación las normas de la universidad en la que el estudiante esté matriculado y expida el título. En tal caso, la comisión de coordinación debe elaborar un informe de este reconocimiento o transferencia.

Disposición derogatoria

Estas normas derogan la Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad de Barcelona, aprobada anteriormente, el anexo a dicha normativa y cualquier otra normativa relacionada con el reconocimiento y con la transferencia de créditos en los títulos oficiales de máster universitario de igual o inferior rango que se oponga.

Entrada en vigor

La presente normativa entrará en vigor a partir del momento de su aprobación.

En cuanto a los criterios que se aplican al reconocimiento de la experiencia laboral y profesional:

Por el carácter profesionalizador del máster comporta necesariamente contemplar la posibilidad de reconocer parte del aprendizaje por la experiencia profesional acreditada por el potencial estudiante, tal y como recoge la normativa vigente.

En ese sentido y después del análisis del diseño curricular del máster en la identificación de determinados contenidos de aprendizaje, se hace evidente el contemplar la posibilidad de poder reconocer créditos correspondientes a la tipología de asignaturas optativas, como unidades de aprendizaje más específicas vinculadas con los distintos perfiles profesionales de salida identificados.

Para ello se requerirá al posible postulante la aportación de evidencias escritas sobre las responsabilidades, funciones y tareas desarrolladas durante el periodo de experiencia profesional, en ese sentido es importante considerar que dicha experiencia haya sido desarrollada en ámbitos del sector turístico asociados al máster de referencia en niveles de gestión de tipo intermedio, más allá de lo puramente operativo.

Se considera cómo periodo óptimo de evidencia el haber desarrollado dicha responsabilidad durante un mínimo de doce meses de forma continuada.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

A continuación, se establecen los complementos de formación que deberán realizar los estudiantes en función de la titulación previa adquirida:



TITULACIÓN	COMPLEMENTOS DE FORMACION
· Diplomatura en Turismo o el correspondiente título de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas	No requieren complementos
· Grado en Turismo.	
· Grado de Dirección Hotelera.	
· Grado en Negocio digital, diseño e innovación.	
· Grado de Ciencias Culinarias y Gastronómicas.	
· Grado Internacional del turismo.	
· Diplomatura en Ciencias Empresariales/ grado en empresariales	
· Licenciatura/grado en Economía	
· Licenciatura/ grado en Administración y Dirección de Empresas	
· Licenciatura/grado en Investigación y Técnicas de Mercado	
· Licenciado/grado en RRPP y comunicación.	
Cualquier Grado vinculado con las ramas de conocimiento de las ciencias sociales y humanidades,	12 ECTS de la materia "Bases del Conocimiento Turístico"
· Licenciatura/grado en Geografía	
· Licenciatura/grado en Humanidades	
Excepcionalmente se podrá inscribir también un licenciado o graduado en otras áreas, que pueda aportar un currículum académico o profesional que aconseje la realización de este máster y así lo resuelva la Comisión de Admisión del máster.	12 ECTS de la materia "Bases del Conocimiento Turístico"

Con los complementos definidos en el Máster se pretende garantizar que los estudiantes no provenientes de estudios del ámbito del turismo y la empresa turística, tengan un conocimiento básico del turismo, tanto del funcionamiento del sistema turístico, como de las particularidades del sector, las empresas y organizaciones que lo conforman, como de los diferentes *¿stakeholders¿* que participan.

No se pretende homogeneizar el perfil de entrada, sino nivelar los conocimientos necesarios de los estudiantes para el máximo aprovechamiento de los contenidos del plan de aprendizaje. Para ello se considera necesario cursar, en este caso, 12 ECTS correspondientes a asignaturas de una materia de la Titulación de Grado, y definidos como complementos de formación.

La materia "Bases del Conocimiento Turístico" pertenece al Grado de Turismo que imparte el centro. Se trata de una materia fundamental para la introducción del estudiante en la realidad del turismo como fenómeno de alcance mundial. Mediante sus contenidos, el estudiante podrá estar en disposición de comprender el complejo mundo del turismo, las actividades turísticas y el sistema turístico.

En esta materia se aborda el turismo con una concepción integral que contempla los aspectos económicos, sociales, ambientales y políticos. Esta consideración implica comprender que el turismo produce efectos positivos y negativos y por consiguiente se hace imprescindible el conocimiento del marco y el contexto donde se produce el desarrollo del turismo y su sistema para poder desarrollarse profesionalmente.

En definitiva, es una auténtica anatomía del turismo que sirve de base y fundamenta toda la carrera para: desarrollar en el estudiante una mentalidad crítica para comprender la importancia y dimensiones del fenómeno turístico, motivar la curiosidad y creatividad para la investigación en las múltiples y variadas facetas del fenómeno turístico y vehicular las aptitudes y capacidades del estudiante para que oriente y desarrolle su vocación como profesional del turismo.

Las asignaturas específicas de esta materia que los estudiantes deberán cursar son las siguientes:

- Introducción a la especialidad de dirección hotelera y dirección turística (6 ECTS)
- Ciencia del turismo (6 ECTS)



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Teoría
Teoricopráctica
Plantear y resolver problemas
Aplicaciones en casos reales
Utilización de programas de ordenador
Salidas de campo
Tutorías
Teoría online
Teoricopráctica online
Plantear y resolver problemas online
Tutorías online
Casos prácticos online
Actividades con material multimedia online
Actividades con material multimedia tuteladas
Casos prácticos tutelados
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas
Realizar un trabajo individualmente
Trabajo en colaboración dentro de un grupo
Buscar referencias sobre la disciplina
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clases Magistrales
Clases Magistrales online
Clases Expositivas
Clases Expositivas Online
Conferencias
Conferencias Online
Coloquios
Coloquios Online
Debate Dirigido
Debate Dirigido Online
Trabajo en Grupo
Trabajo en Grupo Online
Trabajo Escrito
Trabajo Escrito Online
Actividades de Aplicación
Actividades de Aplicación Online
Utilización de Herramientas Tecnológicas
Utilización de Herramientas Tecnológicas Online
Aprendizaje Basado en Problemas



Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Realización Carpeta de Aprendizaje		
Realización carpeta de Aprendizaje Online		
Manejo de Fuentes de Información		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones		
Ronda de Intervenciones Online		
Simulación		
Mesa Redonda		
Mesa Redonda Online		
Visitas Profesionales		
Participación en Congresos y Jornadas		
Participación en Congresos y Jornadas Online		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
Pruebas escritas		
Pruebas orales		
Pruebas con soportes digitales		
Instrumentos basados en la observación		
Trabajos realizados por el estudiante		
Resoluciones de casos prácticos		
Instrumentos de co-evaluación		
Pruebas Escritas Online		
Pruebas Orales Online		
Pruebas con Soportes Digitales Online		
Instrumentos Basados en la Observación Online		
Trabajos realizados por el estudiante online		
Resoluciones de casos prácticos online		
Instrumentos de co-evaluación online		
5.5 SIN NIVEL 1		
NIVEL 2: EMPRESA TURÍSTICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
18		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Modelos de negocio en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión financiera de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing turístico avanzado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los factores económicos más relevantes relacionados con la digitalización en turismo. 2. Entender los diferentes modelos de negocio de la industria turística con base digital. 3. Saber identificar las características esenciales de un proyecto e-business o de negocio digital en el sector turístico. 4. Analizar el efecto de las TIC y la innovación en la estrategia empresarial. 5. Comprender el papel que los modelos de negocio desempeñan en el entorno competitivo actual y en el desarrollo del sector turístico. 6. Aprender a detectar las implicaciones que el e-business, las TIC y la innovación tienen en la formulación de modelos de negocio en turismo. 7. Saber identificar los condicionantes del entorno socioeconómico que afectan a las propuestas de valor empresarial en turismo. 8. Aplicar los modelos de negocio más eficaces para el desarrollo de proyectos turísticos basados en tecnología digital. 9. Diseñar un modelo de negocio turístico con la metodología customer journey y Canvas Business Model. 10. Diseñar e implementar un plan de marketing turístico aprovechando las nuevas posibilidades y el potencial de los instrumentos digitales. 11. Conocer los aspectos jurídicos que condicionan la puesta en marcha y el funcionamiento de un nuevo proyecto empresarial. 12. Adquirir el conocimiento económico fundamental sobre las estrategias de costes, precio, ventas y producción utilizadas por emprendedores turísticos. 13. Capacitar y proporcionar los instrumentos teóricos de conocimiento y la experiencia práctica para la buena dirección financiera del proyecto turístico. 14. Adquirir una base sólida sobre la creación y crecimiento de una start-up. 15. Aprender a identificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) para determinar la marcha del negocio turístico. 16. Aplicar las herramientas, metodologías y estrategia para definir el qué, el cómo y el por qué de del marketing digital aplicados al proyecto turístico. 17. Definir los objetivos del sitio web y de las plataformas <i>mobile</i> del proyecto turístico. 18. Plantear las estrategias de las ventas online. 19. Utilizar blogs y gestionar la presencia en redes sociales. 20. Utilizar el ROI y las métricas como motor de la estrategia. 21. Gestionar SEM/SEO y el content marketing. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • El ecosistema digital • El turista digital • Concepto de modelo de negocio • Definición y alcance de e-business o negocio digital en turismo. • Conceptos de estrategia competitiva. • Modelos de Negocio y Propuesta de Valor. • Creación y desarrollo de nuevos proyectos de negocio en turismo. • Efecto de las TIC en la propuesta de valor del proyecto turístico. • Empresa, empresario y emprendedor turístico. Elección de la forma societaria: sociedades personalistas y capitalistas. Marco legal. • Trámites para la constitución de una empresa turística. • Fundamentos de fiscalidad: introducción al régimen tributario del empresario individual y de las sociedades mercantiles. 		



- Elementos del modelo de negocio en turismo. Factores claves y fases para su definición.
- Evaluación de modelo de negocio.
- Estrategias de éxito y diferenciación
- Modelos de Negocio Digital en turismo
- Mapa de valor del cliente
- Diseño y desarrollo del modelo de negocio
- Gestión de operaciones en entornos digitales
- Gestión de operaciones en entornos digitales
- Gestión económico-financiera de una empresa de nueva creación en turismo. Planificación, organización, evaluación, control y seguimiento.
- Plan de tesorería.
- Los estados contables.
- Estructura de costes y punto de equilibrio.
- Análisis financiero.
- Análisis económico.
- Plan de inversión.
- Criterios económico-financieros para la selección de Inversiones / proyectos turísticos
- (Payback, ROI, VAN, y TIR).
- Nuevas tendencias del marketing: nuevos clientes, nuevos mercados turísticos, nuevas respuestas.
- La investigación de mercados en turismo.
- Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital en proyectos turísticos
- Search Engine Optimization (SEO)
- Search Engine Marketing (SEM)
- Generar y cualificar leads en Marketing Digital
- Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet
- Inbound Marketing & Branded Content
- Estrategia y Planificación de Medios
- Performance, RTB y display advertising
- Social Media Strategy: La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital
- E-mail marketing
- Mobile App
- Web & Marketing Analytics
- Redes Sociales: Social business y big data

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.

CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.

CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.

CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.

CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	80	100
Teoricopráctica	50	100
Plantear y resolver problemas	30	100



Tutorías	10	20
Casos prácticos tutelados	20	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	110	20
Realizar un trabajo individualmente	65	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	39	0
Buscar referencias sobre la disciplina	46	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Expositivas		
Trabajo en Grupo		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Resolución de Problemas		
Estudio de Casos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	20.0	40.0
Pruebas orales	0.0	15.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante	15.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	25.0
NIVEL 2: GESTIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



NIVEL 3: Estrategias de Innovación en productos y servicios turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo de proyectos de negocio turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir una visión estratégica que facilite el posicionamiento y/o el lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado turístico, aportando un valor diferencial a los consumidores. 2. Conocer los elementos clave a considerar en los procesos de identificación y preparación de iniciativas innovadoras y su encaje en el mercado turístico. 3. Poder aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece la tecnología para impulsar la diferenciación y el valor en la cadena de valor de las empresas en turismo. 4. Aprender e identificar las herramientas y los ámbitos del mercado turístico orientados al desarrollo de nuevas iniciativas innovadoras. 5. Iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto turístico. 6. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial en turismo. 7. Planificar y gestionar proyectos complejos que involucren un número importante de tareas diversas. 		



8. Analizar críticamente casos de empresas reales del sector turístico y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial.
9. Adquirir un conocimiento global del proceso general de la Dirección de Proyectos: planteamiento de objetivos, procedimientos para su consecución, evolución del contexto de las actividades de gestión, particularidades de los proyectos, comunicación de los resultados, rendimiento esperado de dicha actividad, etc.
10. Utilizar los diferentes instrumentos y herramientas de Gestión de Proyectos y con los métodos más apropiados para el sector turístico.
11. Aplicar los métodos, técnicas y herramientas existentes para gestionar los proyectos de acuerdo con sus plazos y costos, cuidando la calidad del proyecto y del producto final y los aspectos técnicos de la contratación, en el ámbito de los productos y servicios, tales como Scrum, Kanban, Canvas, Model, Oobeya room o 5S.
12. Analizar y determinar los factores clave de un proyecto turístico: plazo, costos, recursos, control y calidad, así como su gestión e integración en la definición de los costos del proyecto.
13. Introducción a los conceptos básicos de las metodologías ágiles.
14. Identificar las ventajas de los métodos ágiles respecto a los tradicionales.
15. Anticipar situaciones que pueden impactar en el proyecto
16. Evaluar los resultados de los proyectos
17. Realizar las estimaciones de recursos necesarios y duraciones en la planificación de las actividades de proyectos

5.5.1.3 CONTENIDOS

Estrategia tecnológica e innovación

- Definición de eBusiness como estrategia de innovación en turismo
- eBusiness en la Cadena de Valor y la gestión de la tecnología
- El concepto de Innovación y tipologías.
- Tecnologías e impacto organizativo

Innovación y diferenciación

- Estrategias competitivas: de Porter a las visiones actuales.
- Open Services Innovation: Customer Centric
- De la Ventaja Competitiva a la Propuesta de Valor en turismo.
- Nuevos espacios: Océanos azules vs Océanos rojos
- Mercados emergentes en turismo

Las oportunidades de la economía digital en el sector turístico para la innovación

- Valores y Ventajas de la Economía Digital
- Análisis de los referentes digitales en turismo.
- Ejemplos y casos prácticos

Bases de la gestión integrada de proyectos en turismo

- Introducción a la gestión de proyectos
- Los modelos de referencia de la gestión de proyectos
- El entorno del proyecto
- El ciclo de vida de un proyecto

Las áreas clave de la gestión de proyectos aplicados al sector turístico.

- El alcance del proyecto
- Los plazos
- El coste
- Generación de valor
- La calidad del proyecto y en el proyecto
- Los riesgos: verdadero eje de gestión de los proyectos
- Adquisiciones y contratos

La gestión financiera aplicada al desarrollo y lanzamiento del proyecto turístico.

Técnicas y herramientas transversales en la gestión de proyectos

- Entornos de trabajo y gestión documental
- Agilidad y gestión de tareas
- Cronogramas y presupuestos
- Creatividad y Diagramación
- Presentaciones profesionales

La gestión de la documentación del proyecto

Gestión de conocimiento generado a lo largo del proyecto

Concepción del proyecto como sistema: gestión integral del proyecto

Otras metodologías de gestión de proyectos

- Gestión del riesgo, ciclo de vida y la cadena crítica
- Métodos tradicionales y predictivos: PRINCE2 y el enfoque del Marco Lógico (Logical Framework Approach)
- Métodos "Ágiles": SCRUM, Kanban y Lean Project Management
- Design Thinking y creative problem solving: la creatividad digital
- Lean Startup.
- Proyectos Lean 6 Sigma



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.		
CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	30	100
Teoricopráctica	28	100
Plantear y resolver problemas	25	100
Utilización de programas de ordenador	20	100
Tutorías	7	20
Actividades con material multimedia tuteladas	10	20
Casos prácticos tutelados	30	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	50	20
Realizar un trabajo individualmente	45	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	30	0
Buscar referencias sobre la disciplina	25	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Expositivas		
Coloquios		
Debate Dirigido		
Trabajo en Grupo		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Utilización de Herramientas Tecnológicas		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Resolución de Problemas		
Manejo de Fuentes de Información		
Elaboración de Proyectos		



Estudio de Casos		
Ronda de Intervenciones		
Visitas Profesionales		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	20.0	40.0
Pruebas orales	0.0	15.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante	15.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	25.0
NIVEL 2: TECNOLOGÍA TURÍSTICA DIGITAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Transformación digital en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Experiencia del usuario/experiencia de usabilidad en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Desarrollo de plataformas digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Analítica digital y big data en proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Modelos de negocio disruptivos con base tecnológica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los efectos de la digitalización en empresas turísticas 2. Conocer las principales tendencias de desarrollo empresarial en el ámbito de la economía digital 3. Desarrollar las capacidades internas para crear un negocio basado en la tecnología digital 4. Desarrollar las actitudes digitales necesarias para la transformación digital empresarial en turismo. 5. Comprender la necesidad del cambio y convertirse en un promotor del mismo dentro de la organización turística. 6. Adquirir una visión global de los proyectos digitales en turismo, asimilando cada fase del proyecto: briefing, creación del concepto, la definición estratégica/objetivos en función de las necesidades de los usuarios, desarrollo de la interfaz gráfica, producción de prototipos. 7. Implementar y liderar estrategias de digitalización del negocio turístico en todas las áreas funcionales de la organización. 8. Entender y adoptar las nuevas formas de estructuración del trabajo en entornos digitales. 9. Realizar el plan de desarrollo de un negocio digital en turismo. 10. Entender las bases del gobierno de la transformación digital en la empresas turísticas. 11. Comprender la transformación digital en la empresa en relación con los clientes 12. Conocer las principales plataformas digitales y las herramientas para su diseño y desarrollo. 13. Aprender a definir la arquitectura de la plataforma digital turística, diseñar la interacción, la usabilidad y estrategia de un proyecto digital. 14. Definir la eficiencia y la satisfacción de los usuarios en los productos digitales. 15. Tomar conciencia y experiencia en el diseño de proyectos web responsive. 16. Conocer las formas de crear prototipos y su finalidad, de tal forma que se puedan crear ya sea para convencer a un futuro cliente o para hacer comprender la usabilidad al equipo de desarrollo. 17. Conocer las herramientas de seguridad en entornos digitales. Principios y fundamentos. 18. Gestionar el Big Data en la empresa turística. 19. Conocer las herramientas, recursos y actores que participan en un proyecto digital. 20. Tener una visión de las estructuras de las empresas digitales. Ser capaz de organizar los recursos y valorar las implicaciones y costes de un proyecto. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías para el nuevo proyecto empresarial turístico • Nuevas Tecnologías que impactan en el negocio turístico. Restos y oportunidades. • El papel de los sistemas y tecnologías de la información en la empresa turística • Las tecnologías de la información como oportunidad para la creación de empresas turísticas • De la gestión de la información a la gestión del conocimiento. • Análisis de datos: Introducción y principales herramientas • KPIs: Métricas principales • implementación de métricas • Análisis de métricas • Estrategia y reporting • Big data aplicado al sector turístico. • Digitalizar los procesos actuales o diseñar nuevos procesos digitales • Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles • Digitalización de operaciones • Robotic Process Automation (RPA) • Modelos de Negocio Disruptivos: Movilidad, Plataformas Digitales y Productos Conectados • Digitalizar los procesos actuales y diseño de nuevos procesos digitales • Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles • Cloud Computing • Industria 4.0. e IOT • RA/RV/RI & Wearable Tech & Wireless Connectivity • Ciberseguridad y gobernanza del dato • Fundamentos de Blockchain • Infraestructura: Cloud Pública, Privada, Híbrida • Arquitectura de aplicaciones: Front y sus componentes, modelo de APIs, el papel del back end • Bases de datos de Clientes: Customer Data Lake. Bases de datos operativas y analíticas, sql/nosql, BigData • Nuevos modelos de gestión del IT • Principios de los sistemas IT: robustez, resiliencia, escalabilidad, y ahora también: time to market, flexibilidad y customer centricity 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.		
CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.		



CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estrategia empresarial.		
CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	80	100
Teoricopráctica	70	100
Plantear y resolver problemas	70	100
Aplicaciones en casos reales	20	100
Utilización de programas de ordenador	80	100
Salidas de campo	8	100
Tutorías	20	20
Actividades con material multimedia tuteladas	40	20
Casos prácticos tutelados	22	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	90	20
Realizar un trabajo individualmente	120	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	100	0
Buscar referencias sobre la disciplina	30	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Expositivas		
Debate Dirigido		
Trabajo en Grupo		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Resolución de Problemas		
Manejo de Fuentes de Información		
Elaboración de Proyectos		
Estudio de Casos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	5.0	25.0
Pruebas con soportes digitales	20.0	50.0
Instrumentos basados en la observación	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante	10.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	10.0	50.0



Instrumentos de co-evaluación	0.0	30.0
NIVEL 2: EMPRENDIMIENTO EN TURISMO		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Actores e instrumentos de financiación de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		



NIVEL 3: Marketing de lanzamiento de proyectos emprendedores en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Competencias clave del emprendedor turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Emprendimiento social transformador		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Liderazgo y emprendimiento corporativo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las técnicas de marketing más efectivas hoy en día para nuevos productos y proyectos turísticos. 2. Entender el concepto de ¿producto turístico nuevo¿. 3. Conocer las fases de la planificación y el desarrollo un proyecto de nuevos lanzamientos. 		



4. Conocer cuáles son las etapas en el desarrollo y evaluación de nuevos productos.
5. Comprender el potencial de las nuevas oportunidades que ofrecen los canales digitales y las redes sociales en el lanzamiento de nuevos productos.
6. Conocer son las causas más frecuentes de fracaso en el desarrollo de nuevos productos y servicios.
7. Identificar las oportunidades existentes en el mercado para nuevos productos o servicios.
8. Identificar son las claves para obtener éxito en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
9. Ejercitar un pensamiento creativo que facilite la generación y el desarrollo de ideas que aporten valor a nuevos proyectos empresariales en turismo.
10. Poner en práctica un sistema de políticas y prácticas avanzadas de gestión de las personas para que permitan obtener un mejor rendimiento empresarial, considerando las especificidades de las empresas de reciente creación y las PYMEs del sector turístico.
11. Gestionar con éxito un proyecto turístico en entornos diversos y multiculturales, así como en diferentes marcos institucionales.
12. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial el sector turístico.
13. Comprender las bases de las actividades emprendedoras y los aspectos clave para su desarrollo y resultados.
14. Conocer el marco jurídico e institucional, identificando los aspectos legales más relevantes vinculados a la creación de empresas turísticas y lanzamientos de proyectos, así como las soluciones más eficientes a los problemas que pudieran plantearse en este sentido.
15. Elaborar, comprender y analizar la información contable y financiera de la empresa turística, para adoptar decisiones informadas a partir de dicha información, utilizando los distintos mecanismos de financiación con los que cuenta el emprendedor para poner en marcha un proyecto empresarial en el sector turístico.
16. Analizar críticamente las políticas públicas de fomento de la actividad emprendedora, utilizando los mecanismos de apoyo puestos a disposición del emprendedor por parte de las distintas instituciones públicas.
17. Capacidad para analizar críticamente casos de empresas reales y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial.
18. Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
19. Identificar cuáles son los posibles principales impactos positivos y negativos de los proyectos y empresas en turismo.
20. Medir el impacto del desarrollo del proyecto turístico en su entorno social, ambiental, cultural y económico.
21. Conocer los sistemas e instrumentos para la gestión del impacto del negocio turístico.
22. El escenario actual de la cooperación al desarrollo y turismo. Orientaciones, tendencias y el emprendimiento social.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- El comportamiento del consumidor: definición y comprensión de los mercados turísticos.
- Comportamiento de compra del consumidor, la elección del producto y las diferencias entre compradores según sus características.
- Mercados turísticos y su segmentación.
- Tipologías de nuevos productos y proyectos turísticos.
- Metodologías de lanzamiento de nuevos productos turísticos.
- Riesgos asociados al lanzamiento de nuevos productos y proyectos en turismo.
- Factores clave para el evitar el fracaso en el lanzamiento de un nuevo producto o proyecto en turismo.
- Definición de las variables del marketing mix: problemas específicos de la PYME turística, la nueva empresa y el lanzamiento de nuevos proyectos.
- Determinantes del precio y factores a considerar en la fijación del precio en el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos.
- La distribución e intermediación en turismo. Problemas de acceso a la distribución por parte de la PYME turística y el emprendedor.
- El impacto de la tecnología sobre los canales de distribución.
- La promoción y el proceso de comunicación. Problemas específicos de la PYME en turismo. La comunicación en presencia de restricciones presupuestarias: acciones de marketing de bajo coste. Alternativas a los medios tradicionales.
- Comunicación online y redes sociales. Marketing viral en la comunicación y lanzamiento de nuevos proyectos en turismo.
- La contribución del marketing a la innovación en la empresa: creatividad y creación de valor.
- Problemas de financiación de los emprendedores.
- Financiación bancaria y financiación mixta
- Productos financieros bancarios más habituales para la pyme y los emprendedores en turismo
- Estrategia y consejos prácticos para la negociación con los bancos y otros actores financieros.
- Financiación extra-bancaria de las nuevas empresas:
- Capital social.
- Autofinanciación.
- "3F".
- Crédito comercial o de proveedores. El problema de los alargamientos excesivos de los plazos de pago y la morosidad.
- Crowdfunding, crowdlending y equity-crowd para proyectos empresariales.
- Initial Coin Offering (ICO).
- Panorama actual de los mercados financieros: Mercado de crédito y Mercado de capitales.
- Mercado de crédito: Las nuevas empresas ante la financiación bancaria:
- Créditos bancarios.
- Microcréditos para microempresas: P2P social lending.
- Garantías para la concesión de créditos: Sociedades de Garantía Recíproca y Sociedad de Reafianzamiento.
- Cesión de créditos: descuento bancario, factoring, confirming, forfaiting, leasing, renting.
- Instrumentos públicos y privados de financiación.
- Financiación mixta: Capital riesgo, Business Angels y préstamos participativos.
- Mercado Alternativo Bursátil (MAB) y Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF)
- El concepto de emprendedor: el papel del individuo
- El emprendedor desde una perspectiva económica y sociológica
- El proceso de emprendimiento: de la oportunidad a la implantación.
- Características personales y sociales del emprendedor.
- Determinantes de la iniciativa emprendedora y del éxito de los nuevos proyectos empresariales en turismo.
- La relación entre actividad emprendedora e innovación.
- El papel social del emprendedor: emprendimiento social y responsabilidad social de la empresa
- Los ecosistemas de emprendimiento.
- Introducción a las habilidades sociales: aprendizaje y desarrollo.
- Actitudes, motivaciones y estilos sociales.
- Asertividad, resolución de conflictos y negociación.
- Prácticas y Estilos de liderazgo.
- Creatividad y trabajo en equipo.
- Gestión de la diversidad.
- Gestión del conocimiento.
- Ética en la gestión de personas
- Concepto y dimensiones de la RSC.



- Concepto de turismo sostenible.
- Instrumentos y sistemas de gestión ambiental.
- El emprendimiento social como instrumento de desarrollo económico y social.
- La cooperación internacional para el desarrollo y las oportunidades de emprendimiento social.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.

CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	80	100
Teoricopráctica	65	100
Plantear y resolver problemas	70	100
Aplicaciones en casos reales	40	100
Utilización de programas de ordenador	20	100
Salidas de campo	8	100
Tutorías	5	20
Actividades con material multimedia tuteladas	50	20
Casos prácticos tutelados	47	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	100	20
Realizar un trabajo individualmente	90	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	120	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Magistrales

Clases Expositivas

Coloquios

Trabajo en Grupo

Trabajo Escrito

Actividades de Aplicación



Utilización de Herramientas Tecnológicas		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Resolución de Problemas		
Elaboración de Proyectos		
Estudio de Casos		
Ronda de Intervenciones		
Simulación		
Mesa Redonda		
Participación en Congresos y Jornadas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	20.0	40.0
Pruebas orales	0.0	15.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	25.0
NIVEL 2: INNOVACIÓN EN TURISMO		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Aplicación práctica de la innovación en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Sistemas organizativos y ecosistemas de intraaprendizaje en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Co-creación e Innovación colaborativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Instrumentos para la innovación disruptiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> Comprender los principales conceptos relacionados con la generación de conocimiento, la investigación, el desarrollo y la innovación en turismo. Aprender a discriminar entre los diferentes tipos de innovación aplicadas al turismo. Entender cuáles son los objetivos de la innovación en la empresa y la necesidad de tener un proceso sistemático. Conocer los mecanismos para orientar y organizar el proceso de innovación en una empresa u organización turística. Comprender la necesidad de cambiar para adaptar la empresa al entorno, y aprender como implantar proyectos de cambio en las organizaciones turísticas. Entender el rol de la tecnología en los procesos de innovación. Analizar el comportamiento, las actitudes y capacidades de las personas y los equipos que innovan. Entender qué es la innovación disruptiva, cómo se produce y se desarrolla, y como impacta en los mercados turísticos. Aprender los elementos clave para el diseño de modelos de negocio disruptivos en turismo. Conocer las herramientas para implantar estrategias de innovación corporativa, intra-empresarial o emprendimiento. Aplicar la disrupción a un negocio o proyecto en marcha. 		



12. Entender cómo desarrollar un proceso de cambio en una organización turística que persiga mejorar su capacidad innovadora.
13. Comprender cuales son las estructuras organizativas que potencian la capacidad innovadora de una organización turística.
14. Implantar mecanismos de co-creación con los diferentes stakeholders de la empresa turística en beneficio de la generación de valor y la innovación en turismo.
15. Como gestionar el conocimiento y el aprendizaje organizativo para potenciar la capacidad intraemprendedora y la innovación de la empresa turística.

5.5.1.3 CONTENIDOS

El comportamiento organizativo. Concepto y elementos determinantes

El aprendizaje, la percepción y la toma de decisiones individuales y colectivas

- El aprendizaje
- Proceso de aprendizaje y creación de conocimiento de una organización
- La percepción y la toma de decisiones individuales
- La toma de decisiones individuales

La motivación

- Principales teorías y nuevas teorías en entornos innovadores y digitales.
- Técnicas para la motivación aplicadas a las nuevas generaciones

Los grupos y equipos de trabajo en entornos innovadores

- Análisis tendencias actuales
- Funcionamiento de los grupos y equipos de trabajo
- Fases para la creación y desarrollo de los grupos en la organización

La comunicación en la empresa innovadora turística

- Elementos del modelo de comunicación para el fomento de la innovación
- Tipos de comunicación e instrumentos para fomentarla
- Instrumentos para la comunicación efectiva
- Las nuevas tecnologías como instrumentos para la comunicación.

Liderazgo transformador e innovación

- Características del líder transformador e innovador
- Estilos de liderazgo en entornos innovadores
- Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión de las personas
- Los conflictos y las relaciones intergrupales

Estructuras flexibles y culturas innovadoras

- La cultura organizativa de una empresa innovadora
- Conceptos básicos en el diseño estructural y la creación de ecosistemas de innovación
- Clasificación de las formas estructurales que facilitan la innovación
- Variables contingentes en el diseño
- Las políticas de dirección de recursos asociadas

Características esenciales de la cultura organizativa de empresas turísticas innovadoras

- Elementos de integración cultural
- Creación, desarrollo y mantenimiento de una cultura organizativa innovadora.
- El diagnóstico cultural

La gestión del cambio organizativo en empresas turísticas

- Cambio y adaptación de las organizaciones
- Modelo de gestión del cambio planificado
- Reacciones al cambio y acciones preventivas
- Resistencia al cambio y medidas correctoras.

Variables estructurales organizacionales que inciden en la innovación de los productos y los procesos en el sector turístico.

- Teorías sobre el diseño de las organizaciones y ejemplos prácticos en el sector turístico.
- Aprendizaje y creación de conocimiento en las organizaciones turísticas.
- Estrategia, estructura y empresa innovadora en turismo.
- Modelos de organizaciones de aprendizaje

Co-creación y Service Design

- Herramientas y técnicas de co-creación
- Diseño de experiencias significativas y co-creación
- Concepto y herramientas del service design

Innovación disruptiva

- Concepto de innovación disruptiva
- Facilitadores de la innovación disruptiva
- Creatividad, pensamiento divergente y pensamiento lateral



- Casos prácticos en el sector turístico

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados		
CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital		
CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	50	100
Teoricopráctica	70	100
Plantear y resolver problemas	60	100
Aplicaciones en casos reales	50	100
Utilización de programas de ordenador	25	100
Salidas de campo	8	100
Tutorías	10	20
Casos prácticos tutelados	32	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	95	20
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Expositivas		
Trabajo en Grupo		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Resolución de Problemas		
Manejo de Fuentes de Información		
Elaboración de Proyectos		
Estudio de Casos		
Ronda de Intervenciones		



Simulación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	10.0	25.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	10.0	20.0
Trabajos realizados por el estudiante	20.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	10.0
NIVEL 2: INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Leyes y fiscalidad en lanzamiento de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Mercados emergentes y desafíos globales en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Estrategias de internacionalización de empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Economía de la experiencia en un turismo global		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> Comprender y analizar el funcionamiento de los principales organismos económicos y turísticos internacionales así como sus políticas y objetivos. Identificar oportunidades de negocio turístico y emprendimiento teniendo en cuenta los análisis y recomendaciones de de estas instituciones. Definir los negocios internacionales turísticos y entender el funcionamiento y estrategias de las multinacionales. Elaborar reportes de los sectores turístico, hotelero y gastronómico definiendo el atractivo de los mismos para el emprendimiento y la inversión. Elaborar reportes de empresas turísticas para diagnosticar su ventaja competitiva y su potencial para lanzarse al mercado exterior. Utilizar los criterios de evaluación y selección de mercados turísticos. Conocer el contenido base de las estrategias de internacionalización de las empresas turísticas: transnacional, internacional, multi-domestica, y estrategia global. Entender los diferentes modos de operar en los mercados internacionales en turismo. Considerar los beneficios y los costes del comercio internacional turístico. Familiarizarse con las teorías básicas que explican la inversión directa en el exterior. Tener en cuenta la importancia de la internacionalización en las industrias turísticas con base tecnológica. Gestionar y optimizar el proceso de internacionalización de la pyme turística o del proyecto emprendedor, diseñando, implantando y dirigiendo su apertura a nuevos mercados. Diseñar una estrategia y un plan de marketing y de promoción internacional de la pyme turística. Analizar los mercados y trabajar la estrategia, las posibles alianzas y la distribución. Conocer las principales consecuencias tributarias de las actividades empresariales de alcance nacional e internacional en turismo. Los sistemas tributarios y su proyección en las operaciones internacionales. Límites al poder tributario derivados de la creación de áreas económicas integradas. Introducción al Derecho Tributario Internacional: sistema normativo y convenios de doble imposición. Reconocer la diversidad y las diferencias culturales. Identificar y gestionar los desafíos típicamente encontrados en proyectos internacionales turísticos. Identificar oportunidades comerciales para licitaciones públicas internacionales de ámbito turístico. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> Inteligencia competitiva internacional del sector turístico Análisis de los mercados turísticos internacionales y tendencias de evolución y desarrollo. Planificación, recogida y técnicas de búsqueda de la información relevante. Análisis del entorno económico, político y legal. Estructura de un informe país. Indicadores económicos del turismo: coyunturales vs estructurales. Estudio de las principales áreas turísticas mundiales. Identificación de oportunidades y riesgos para el emprendedor turístico. 		



- Entorno demográfico y cultural, aspectos políticos y legales, análisis de riesgo país, y análisis competitivos en materia turística.
- Introducción a la consultoría sobre dirección de negocios internacionales turísticos.
- La Multinacional turística y su entorno
- La Multinacional turística y su ventaja competitiva
- Estrategias de internacionalización de las empresas turísticas.
- Aspectos específicos de la internacionalización de las empresas de servicios.
- Decisiones de internacionalización: elección de la localización y el modo de operación.
- Aspectos estratégicos de gestionar la innovación entre fronteras.
- Los procesos de implantación internacional. Creación y gestión de filiales y sucursales.
- Gestión de los riesgos y tratamiento del riesgo: medidas reactivas y palancas
- Gestión global de la innovación tecnológica turística.
- Introducción al Marketing Global y a los negocios globales en turismo.
- Selección de mercados internacionales turísticos y elección de la forma de entrada (desde la exportación a la producción).
- Marketing internacional: estrategias de crecimiento y expansión, la marca internacional y el desarrollo de productos.
- Precios internacionales y decisiones de distribución turística.
- Comunicación internacional: políticas, instrumentos y estrategias en turismo. Revisión y estructura del plan de marketing turístico internacional para el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos o la expansión de proyectos existentes.
- Medios de pago y cobros internacionales.
- Financiación del comercio exterior a corto, medio y largo plazo.
- Aseguramiento de las operaciones internacionales.
- La internacionalización y las nuevas tecnologías.
- Herramientas tecnológicas para la internacionalización.
- Contenidos y diseño básico de una plataforma digital turística internacional.
- El negocio internacional turístico y la importancia de la negociación eficaz.
- El margen de negociación: posición de partida y de ruptura.
- Diferencias en la negociación internacional: productos, países y clientes.
- Ámbitos de negociación: acuerdos de compraventa, distribución y alianzas estratégicas.
- Aspectos culturales de la negociación internacional en turismo.
- El protocolo en los negocios internacionales turísticos.
- Contratos internacionales y resolución de conflictos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.

CE11 - Analizar y comparar las principales políticas y normativas internacionales que aplican al lanzamiento de proyectos turísticos y expansión de empresas turísticas.

CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.

CE13 - Evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas tipologías de mercados y consumidores turísticos.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	60	100
Teoricopráctica	55	100
Plantear y resolver problemas	60	100
Aplicaciones en casos reales	30	100
Utilización de programas de ordenador	10	100
Tutorías	10	20
Actividades con material multimedia tuteladas	14	20



Casos prácticos tutelados	45	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	116	20
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Expositivas		
Trabajo en Grupo		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Utilización de Herramientas Tecnológicas		
Estudio de Casos		
Ronda de Intervenciones		
Simulación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	30.0	50.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	20.0
Instrumentos basados en la observación	5.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante	20.0	30.0
Resoluciones de casos prácticos	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	15.0
NIVEL 2: PRÁCTICAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Prácticas en empresa u organización turística		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Las prácticas externas están concebidas como un conjunto integrado de tareas de iniciación profesional desarrolladas en empresas colaboradoras externas. El número de horas mínimo de prácticas es de 225 horas.</p> <p>Tiene como objetivo general dar a conocer al alumno los diferentes ámbitos profesionales del sector, e iniciarlo en el ejercicio de las tareas profesionales que le son encomendadas. Por lo tanto está pensado desde una dimensión profesionalizadora, que significa un proceso de desarrollo profesional de adquisición de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes.</p> <p>Tiene como objetivos generales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer la organización y el funcionamiento de las empresas 2. Conocer las funciones de los diferentes profesionales relacionados con el sector. 3. Favorecer la reflexión entre la teoría y la práctica. Aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas a situaciones reales. 4. Desarrollar las actitudes necesarias para el desarrollo óptimo de su profesión <p>Objetivos específicos: 1. Vincular al alumno a la realidad empresarial del sector turístico. 2. Completar su formación teórica con la experiencia práctica. 3. Conseguir que el alumno aplique los conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios a situaciones reales. 4. Fomentar la observación y el análisis crítico. 5. Darse cuenta de los comportamientos que suponen carga ética y entrenar los principios recomendados en la carrera. 6. Tomar conciencia de los propios puntos fuertes y débiles, reconocer las propias aptitudes, actitudes y competencias personales. Impulsar la autoevaluación en un contexto laboral. 7. Desarrollar criterios para la toma de decisiones y actuar con iniciativa. 8. Poner en práctica actividades de colaboración y de trabajo en equipo, dentro entornos multiculturales o multidisciplinares.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los contenidos de esta materia quedan estipulados en función del propio contexto en el que se va a desarrollar el aprendizaje práctico, y ello va a depender de las diferentes tipologías de empresas, posibilidades de desarrollo de proyectos, departamentos y preferencias del estudiante.</p> <p>Todo ello queda recogido en el convenio de colaboración que se establece en cada caso, según la normativa vigente.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>http://www.ub.edu/feinaub/docs/normativa_practiques_2012.pdf</p>		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados		
CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.		
CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	15	20
Realizar un trabajo individualmente	135	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Trabajo Escrito		
Actividades de Aplicación		
Utilización de Herramientas Tecnológicas		
Realización Carpeta de Aprendizaje		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Instrumentos basados en la observación	25.0	50.0
Trabajos realizados por el estudiante	30.0	60.0
Resoluciones de casos prácticos	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación	0.0	15.0
NIVEL 2: TRABAJO FINAL DE MÁSTER		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Final de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la potencialidad de un proyecto turístico. - Diseñar el proceso para la innovación y/o internacionalización del negocio o proyecto turístico - Valorar la aplicación de los procesos utilizados en el proyecto - Analizar críticamente los resultados obtenidos - Auto-reflexión del propio proceso de aprendizaje para el desarrollo personal y profesional - Hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje en su trabajo escrito y en su presentación oral. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo profesional: <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de la oportunidad • Presentación del proyecto • Modelo de negocio aplicado • Estrategias de marketing implantadas • Aspectos financieros • Propuestas de mejora de los resultados obtenidos - Desarrollo competencial <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de áreas de mejora 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
La normativa marco que aplica al desarrollo del Trabajo Final de Máster es: http://www.ub.edu/agenciaqualitat/normativaespecifica/		



El Trabajo Final de máster posee un carácter integrador que moviliza el conjunto de competencias que el estudiante ha desarrollado a lo largo de su proceso formativo durante todo el curso.

Pretende ser un instrumento para capacitar a nuestros alumnos para analizar problemáticas y hechos turísticos mediante los métodos de investigación a partir de la identificación y utilización de diferentes variables, además de ser el instrumento para la evaluación de las competencias del máster con una perspectiva globalizadora. Se persigue iniciar al estudiante en la metodología de investigación para que pueda plantear y desarrollar con éxito una investigación en algún aspecto concreto de la innovación en turismo y/o desarrollar proyectos de aplicación y transferencia en empresas reales; así como defenderlo oralmente ante la comunidad académica.

Los créditos asignados a la materia de Trabajo Final de Máster suponen la culminación del aprendizaje completo del estudiante a lo largo de la carrera, tal y como se ha venido señalando. Existirán tres tipologías de TFM:

A. Proyectos de emprendimiento: El estudiante sintetiza un proyecto de empresa desarrollado en equipo y plantea estrategias y acciones para lanzarla al mercado. La estructura del trabajo será la de un plan de empresa:

1- Resumen ejecutivo

2- Análisis de mercado y competencia

3- Plan estratégico

4- Plan de marketing

5- Plan de Operaciones

6- Plan Financiero

En el desarrollo de los TFM de emprendimiento participarán los siguientes actores:

1. Responsable del Trabajo Final de Máster: Profesor/a responsable de la coordinación de todas las# tareas asociadas al asesoramiento, gestión y desarrollo de las propuestas de trabajos finales.

2. Estudiantes: Estudiantes que estén realizando el máster.

3. Mentor: El mentor será responsable de la universidad que orientará al estudiante en el# desarrollo de su proyecto así como velará por el cumplimiento de los requisitos académicos del# proyecto.

4. Comisión de Proyectos de Emprendimiento: Comisión formada por partners de la Universidad y del# ecosistema emprendedor, serán expertos y mentores del mundo Digital y el emprendimiento que# asesorarán en el proceso de desarrollo del proyecto para facilitar su procesos de implementación.

B. Proyectos de intraemprendimiento e innovación: El estudiante sintetiza un proyecto de innovación# para una empresa, una institución o un organismo que plantea un reto alineado en:

- Desarrollo de nuevos servicios o productos

- Creación de nuevas líneas de negocio

- Procesos de Digitalización

- Proyectos de Marketing Digital

- Desarrollo de Plataformas Digitales

El centro dispone de una guía del TFM con información amplia y detallada de los puntos, fases, criterios de elaboración del trabajo, disponible para los alumnos en el campus.

En el campus virtual del máster, los estudiantes pueden acceder a una amplia guía que recoge las#pautas para el desarrollo del TFM en cuanto a normativa, sistema de elección del tema y del#tutor, pautas de elaboración y normas de presentación, criterios de evaluación, y responsabilidades#de las partes implicadas. A continuación, se realiza una síntesis de los capítulos más destacados.

C. Proyecto de desarrollo de conocimiento o investigación:El proyecto final consiste en un trabajo de investigación específico y vinculado a las líneas de investigación asociadas a las#materias tratadas en el máster y líneas de investigación prioritarias de los grupos de#investigación en turismo de la universidad. Pueden constituir estudios exploratorios para las#investigaciones a desarrollar en futuras tesis doctorales.

Se han considerado cuatro posibilidades de acceso al aprendizaje con el propósito de atender la#diversidad de los estudiantes motivados por la investigación y maximizar así sus diferentes#potencialidades:

- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de su participación en un grupo de investigación#consolidado dentro del propio centro, con la tutorización directa del equipo.

- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de su participación en grupos preestablecidos#tutorizados por un profesor combinando sesiones presenciales y trabajo autónomo del estudiante.

- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de sus motivaciones personales con la tutorización#directa de un tutor, previa validación de su propuesta.

- El estudiante realiza su proyecto en colaboración con una organización turística que le propone# el tema del proyecto a realizar y le facilita el acceso a la información y recursos necesarios para# el desarrollo del proyecto.

MATRICULACIÓN



Desde el punto de vista del aprendizaje, su realización debe formar parte del tramo final de los estudios. Para desarrollar un TFM, es necesaria la realización dos procesos complementarios:

- ¿La matrícula de la asignatura en el periodo ordinario de matrícula o en el periodo de ampliación de matrícula, según en el momento temporal que se cumplan los requisitos?
- ¿La elección de una temática de proyecto (ver el apartado de Oferta y Elección de Tema del Proyecto en campus virtual)?

Cuando el estudiante matricule la asignatura de Trabajo Fin de Máster, estará obligado a superarla igual que cualquier otra asignatura y, por tanto, queda bajo su responsabilidad el decidir en qué momento matricula esta asignatura y las implicaciones que esto tiene respecto los créditos a aprobar a efectos de la Normativa de Permanencia.

Es importante consultar el apartado correspondiente a cada tipología de Trabajo para especificaciones particulares

EVALUACIÓN

La evaluación del Trabajo Final de Máster debe responder al nivel de consecución de los objetivos especificados en el diseño de la materia: evaluar el nivel de competencias que el estudiante ha alcanzado durante su formación, comprobar la madurez del estudiante, su capacidad para aplicar autónomamente estas competencias y, desarrollar los métodos de investigación y de resolución de problemas propios del ámbito de la especialización del máster elegida.

Esta función se realiza mediante el desarrollo de profundización y síntesis de los conocimientos y aptitudes adquiridos en las materias cursadas durante el máster.

Para poder llevar a cabo este tipo de evaluación se ha diseñado un sistema combinado de evidencias que permitan evaluar los diferentes grados de consecución de diferentes ítems relacionados con los objetivos de la asignatura a partir de la valoración de la memoria, la defensa y el proceso seguido por parte de los estudiantes. Las rúbricas de evaluación se concretan según la tipología de cada proyecto y se pueden consultar en el campus virtual del máster.

Órganos evaluadores

La Comisión de Máster de Turismo que decidirá la asignación de correctores de los TFM está formada por:

-# #Dirección de la EUHT CETT - UB -# #Coordinación de TFM -# #Responsable de Grupo de Investigación o Bloque Temático en que el TFM está enmarcado en función de la temática objeto de la investigación -# #Dirección de Career Services (en el caso de TFM en empresas / instituciones)

Las personas correctoras asignadas a cada TFM llevarán a cabo su evaluación a partir de los materiales entregados y de su defensa, y la Coordinación del TFM facilitará en Secretaría las calificaciones de esta asignatura en forma y plazo según la normativa vigente.

Defensa

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 12.3 que todo Trabajo Final de Máster debe contemplar una defensa.

La defensa del trabajo supone una parte de la evaluación de la asignatura.

Para la defensa de cualquier TFM, se constituirá un Tribunal Evaluador formado por 3/4 personas con la responsabilidad de valorar el trabajo hecho a partir de la información proporcionada durante la Defensa del Trabajo.

Según el calendario de impartición establecido de la formación y el lugar de procedencia del/la estudiante, la defensa se contempla como un proceso presencial, o bien, como un proceso de defensa online sincrónico. Tanto en la modalidad presencial como online sincrónica, el proceso consiste en la exposición oral y gráfica de 15 minutos seguida por una sesión de preguntas por parte del tribunal y del público asistente.

Hay que tener presente que, a fin de ser coherentes con los objetivos de aprendizaje planteados, la presentación debe contemplar la exposición de:

- Objetivos: Definición y delimitación del objetivo del trabajo
- Marco teórico: Revisión del estado de la cuestión: bibliografía de referencia, estudios, trabajos...
- Metodología: Identificación de la metodología de trabajo
- Análisis de resultados: Análisis de la información recogida
- Conclusiones: Presentación de conclusiones

A fin de facilitar el proceso de las presentaciones, éstas se organizarán en 3-4 días al final de cada semestre. El calendario de defensas se colgará en el espacio de la asignatura de Trabajo de Fin de Máster del Campus Virtual.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.



CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.		
CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.		
CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.		
CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.		
CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estragía empresarial.		
CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.		
CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creació de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tutorías	10	20
Actividades Teórico-Prácticas tuteladas	10	20
Realizar un trabajo individualmente	110	0
Buscar referencias sobre la disciplina	20	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Trabajo Escrito		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Manejo de Fuentes de Información		
Elaboración de Proyectos		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas orales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante	50.0	70.0



NIVEL 2: EMPRESA TURÍSTICA - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
18		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Modelos de negocio en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión financiera de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing turístico avanzado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los factores económicos más relevantes relacionados con la digitalización en turismo. 2. Entender los diferentes modelos de negocio de la industria turística con base digital. 3. Saber identificar las características esenciales de un proyecto e-business o de negocio digital en el sector turístico. 4. Analizar el efecto de las TIC y la innovación en la estrategia empresarial. 5. Comprender el papel que los modelos de negocio desempeñan en el entorno competitivo actual y en el desarrollo del sector turístico. 6. Aprender a detectar las implicaciones que el e-business, las TIC y la innovación tienen en la formulación de modelos de negocio en turismo. 7. Saber identificar los condicionantes del entorno socioeconómico que afectan a las propuestas de valor empresarial en turismo. 8. Aplicar los modelos de negocio más eficaces para el desarrollo de proyectos turísticos basados en tecnología digital. 9. Diseñar un modelo de negocio turístico con la metodología customer journey y Canvas Business Model. 10. Diseñar e implementar un plan de marketing turístico aprovechando las nuevas posibilidades y el potencial de los instrumentos digitales. 11. Conocer los aspectos jurídicos que condicionan la puesta en marcha y el funcionamiento de un nuevo proyecto empresarial. 12. Adquirir el conocimiento económico fundamental sobre las estrategias de costes, precio, ventas y producción utilizadas por emprendedores turísticos. 13. Capacitar y proporcionar los instrumentos teóricos de conocimiento y la experiencia práctica para la buena dirección financiera del proyecto turístico. 14. Adquirir una base sólida sobre la creación y crecimiento de una start-up. 15. Aprender a identificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) para determinar la marcha del negocio turístico. 16. Aplicar las herramientas, metodologías y estrategia para definir el qué, el cómo y el por qué de del marketing digital aplicados al proyecto turístico. 17. Definir los objetivos del sitio web y de las plataformas <i>mobile</i> del proyecto turístico. 18. Plantear las estrategias de las ventas online. 19. Utilizar blogs y gestionar la presencia en redes sociales. 		



20. Utilizar el ROI y las métricas como motor de la estrategia.
21. Gestionar SEM/SEO y el content marketing.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- El ecosistema digital
- El turista digital
- Concepto de modelo de negocio
- Definición y alcance de e-business o negocio digital en turismo.
- Conceptos de estrategia competitiva.
- Modelos de Negocio y Propuesta de Valor.
- Creación y desarrollo de nuevos proyectos de negocio en turismo.
- Efecto de las TIC en la propuesta de valor del proyecto turístico.
- Empresa, empresario y emprendedor turístico. Elección de la forma societaria: sociedades personalistas y capitalistas. Marco legal.
- Trámites para la constitución de una empresa turística.
- Fundamentos de fiscalidad: introducción al régimen tributario del empresario individual y de las sociedades mercantiles.
- Elementos del modelo de negocio en turismo. Factores claves y fases para su definición.
- Evaluación de modelo de negocio.
- Estrategias de éxito y diferenciación
- Modelos de Negocio Digital en turismo
- Mapa de valor del cliente
- Diseño y desarrollo del modelo de negocio
- Gestión de operaciones en entornos digitales
- Gestión de operaciones en entornos digitales
- Gestión económico-financiera de una empresa de nueva creación en turismo. Planificación, organización, evaluación, control y seguimiento.
- Plan de tesorería.
- Los estados contables.
- Estructura de costes y punto de equilibrio.
- Análisis financiero.
- Análisis económico.
- Plan de inversión.
- Criterios económico-financieros para la selección de Inversiones / proyectos turísticos
- (Payback, ROI, VAN, y TIR).
- Nuevas tendencias del marketing: nuevos clientes, nuevos mercados turísticos, nuevas respuestas.
- La investigación de mercados en turismo.
- Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital en proyectos turísticos
- Search Engine Optimization (SEO)
- Search Engine Marketing (SEM)
- Generar y cualificar leads en Marketing Digital
- Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet
- Inbound Marketing & Branded Content
- Estrategia y Planificación de Medios
- Performance, RTB y display advertising
- Social Media Strategy: La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital
- E-mail marketing
- Mobile App
- Web & Marketing Analytics
- Redes Sociales: Social business y big data

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.

CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.



CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.		
CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoria	7	100
Teoricopráctica	15	100
Plantear y resolver problemas	10	100
Aplicaciones en casos reales	11	100
Salidas de campo	6	100
Teoricopráctica online	110	0
Tutorías online	10	0
Casos prácticos online	61	0
Actividades con material multimedia online	70	0
Realizar un trabajo individualmente	65	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	39	0
Buscar referencias sobre la disciplina	46	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Magistrales online		
Clases Expositivas		
Clases Expositivas Online		
Conferencias Online		
Trabajo en Grupo		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Estudio de Casos Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	20.0
Pruebas con soportes digitales	0.0	20.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante	15.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos	0.0	25.0
Pruebas Escritas Online	20.0	30.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0



Pruebas con Soportes Digitales Online	5.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	25.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: GESTIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de Innovación en productos y servicios turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



NIVEL 3: Desarrollo de proyectos de negocio turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir una visión estratégica que facilite el posicionamiento y/o el lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado turístico, aportando un valor diferencial a los consumidores. 2. Conocer los elementos clave a considerar en los procesos de identificación y preparación de iniciativas innovadoras y su encaje en el mercado turístico. 3. Poder aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece la tecnología para impulsar la diferenciación y el valor en la cadena de valor de las empresas en turismo. 4. Aprender e identificar las herramientas y los ámbitos del mercado turístico orientados al desarrollo de nuevas iniciativas innovadoras. 5. Iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto turístico. 6. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial en turismo. 7. Planificar y gestionar proyectos complejos que involucren un número importante de tareas diversas. 8. Analizar críticamente casos de empresas reales del sector turístico y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial. 9. Adquirir un conocimiento global del proceso general de la Dirección de Proyectos: planteamiento de objetivos, procedimientos para su consecución, evolución del contexto de las actividades de gestión, particularidades de los proyectos, comunicación de los resultados, rendimiento esperado de dicha actividad, etc. 10. Utilizar los diferentes instrumentos y herramientas de Gestión de Proyectos y con los métodos más apropiados para el sector turístico. 11. Aplicar los métodos, técnicas y herramientas existentes para gestionar los proyectos de acuerdo con sus plazos y costos, cuidando la calidad del proyecto y del producto final y los aspectos técnicos de la contratación, en el ámbito de los productos y servicios, tales como Scrum, Kanban, Canvas, Model, Oobeya room o 5S. 12. Analizar y determinar los factores clave de un proyecto turístico: plazo, costos, recursos, control y calidad, así como su gestión e integración en la definición de los costos del proyecto. 13. Introducción a los conceptos básicos de las metodologías ágiles. 14. Identificar las ventajas de los métodos ágiles respecto a los tradicionales. 15. Anticipar situaciones que pueden impactar en el proyecto 16. Evaluar los resultados de los proyectos 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estrategia tecnológica e innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de eBusiness como estrategia de innovación en turismo • eBusiness en la Cadena de Valor y la gestión de la tecnología • El concepto de Innovación y tipologías. • Tecnologías e impacto organizativo <p>Innovación y diferenciación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias competitivas: de Porter a las visiones actuales. • Open Services Innovation: Customer Centric • De la Ventaja Competitiva a la Propuesta de Valor en turismo. • Nuevos espacios: Océanos azules vs Océanos rojos • Mercados emergentes en turismo <p>Las oportunidades de la economía digital en el sector turístico para la innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valores y Ventajas de la Economía Digital • Análisis de los referentes digitales en turismo. 		



- Ejemplos y casos prácticos

Bases de la gestión integrada de proyectos en turismo

- Introducción a la gestión de proyectos
- Los modelos de referencia de la gestión de proyectos
- El entorno del proyecto
- El ciclo de vida de un proyecto

Las áreas clave de la gestión de proyectos aplicados al sector turístico.

- El alcance del proyecto
- Los plazos
- El coste
- Generación de valor
- La calidad del proyecto y en el proyecto
- Los riesgos: verdadero eje de gestión de los proyectos
- Adquisiciones y contratos

La gestión financiera aplicada al desarrollo y lanzamiento del proyecto turístico.

Técnicas y herramientas transversales en la gestión de proyectos

- Entornos de trabajo y gestión documental
- Agilidad y gestión de tareas
- Cronogramas y presupuestos
- Creatividad y Diagramación
- Presentaciones profesionales

La gestión de la documentación del proyecto

Gestión de conocimiento generado a lo largo del proyecto

Concepción del proyecto como sistema: gestión integral del proyecto

Otras metodologías de gestión de proyectos

- Gestión del riesgo, ciclo de vida y la cadena crítica
- Métodos tradicionales y predictivos: PRINCE2 y el enfoque del Marco Lógico (Logical Framework Approach)
- Métodos "Ágiles": SCRUM, Kanban y Lean Project Management
- Design Thinking y creative problem solving: la creatividad digital
- Lean Startup.
- Proyectos Lean 6 Sigma

5.5.1.4 OBSERVACIONES		
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.		
CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Teoría	7	100
Plantear y resolver problemas	7	100
Aplicaciones en casos reales	7	100
Utilización de programas de ordenador	8	100
Teoricopráctica online	75	0
Tutorías online	10	0
Casos prácticos online	71	0
Actividades con material multimedia online	15	0
Realizar un trabajo individualmente	45	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	30	0
Buscar referencias sobre la disciplina	25	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Magistrales online		
Coloquios Online		
Debate Dirigido Online		
Trabajo en Grupo		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones		
Ronda de Intervenciones Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	20.0
Pruebas con soportes digitales	0.0	20.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante	0.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos	0.0	20.0
Pruebas Escritas Online	20.0	30.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	30.0



Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: TECNOLOGÍA TURÍSTICA DIGITAL - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Transformación digital en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		



Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Experiencia del usuario/experiencia de usabilidad en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Desarrollo de plataformas digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		



NIVEL 3: Analítica digital y big data en proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Modelos de negocio disruptivos con base tecnológica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
1. Comprender los efectos de la digitalización en empresas turísticas		



2. Conocer las principales tendencias de desarrollo empresarial en el ámbito de la economía digital
3. Desarrollar las capacidades internas para crear un negocio basado en la tecnología digital
4. Desarrollar las actitudes digitales necesarias para la transformación digital empresarial en turismo.
5. Comprender la necesidad del cambio y convertirse en un promotor del mismo dentro de la organización turística.
6. Adquirir una visión global de los proyectos digitales en turismo, asimilando cada fase del proyecto: briefing, creación del concepto, la definición estratégica/objetivos en función de las necesidades de los usuarios, desarrollo de la interfaz gráfica, producción de prototipos.
7. Implementar y liderar estrategias de digitalización del negocio turístico en todas las áreas funcionales de la organización.
8. Entender y adoptar las nuevas formas de estructuración del trabajo en entornos digitales.
9. Realizar el plan de desarrollo de un negocio digital en turismo.
10. Entender las bases del gobierno de la transformación digital en la empresa turística.
11. Comprender la transformación digital en la empresa en relación con los clientes
12. Conocer las principales plataformas digitales y las herramientas para su diseño y desarrollo.
13. Aprender a definir la arquitectura de la plataforma digital turística, diseñar la interacción, la usabilidad y estrategia de un proyecto digital.
14. Definir la eficiencia y la satisfacción de los usuarios en los productos digitales.
15. Tomar conciencia y experiencia en el diseño de proyectos web responsive.
16. Conocer las formas de crear prototipos y su finalidad, de tal forma que se puedan crear ya sea para convencer a un futuro cliente o para hacer comprender la usabilidad al equipo de desarrollo.
17. Conocer las herramientas de seguridad en entornos digitales. Principios y fundamentos.
18. Gestionar el Big Data en la empresa turística.
19. Conocer las herramientas, recursos y actores que participan en un proyecto digital.
20. Tener una visión de las estructuras de las empresas digitales. Ser capaz de organizar los recursos y valorar las implicaciones y costes de un proyecto.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Nuevas tecnologías para el nuevo proyecto empresarial turístico
- Nuevas Tecnologías que impactan en el negocio turístico. Restos y oportunidades.
- El papel de los sistemas y tecnologías de la información en la empresa turística
- Las tecnologías de la información como oportunidad para la creación de empresas turísticas
- De la gestión de la información a la gestión del conocimiento.
- Análisis de datos: Introducción y principales herramientas
- KPIs: Métricas principales
- implementación de métricas
- Análisis de métricas
- Estrategia y reporting
- Big data aplicado al sector turístico.
- Digitalizar los procesos actuales o diseñar nuevos procesos digitales
- Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles
- Digitalización de operaciones
- Robotic Process Automation (RPA)
- Modelos de Negocio Disruptivos: Movilidad, Plataformas Digitales y Productos Conectados
- Digitalizar los procesos actuales y diseño de nuevos procesos digitales
- Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles
- Cloud Computing
- Industria 4.0. e IOT
- RA/RV/RI & Wearable Tech & Wireless Connectivity
- Ciberseguridad y gobernanza del dato
- Fundamentos de Blockchain
- Infraestructura: Cloud Pública, Privada, Híbrida
- Arquitectura de aplicaciones: Front y sus componentes, modelo de APIs, el papel del back end
- Bases de datos de Clientes: Customer Data Lake. Bases de datos operativas y analíticas, sql/nosql, BigData
- Nuevos modelos de gestión del IT
- Principios de los sistemas IT: robustez, resiliencia, escalabilidad, y ahora también: time to market, flexibilidad y customer centricity

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estrategia empresarial.

CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
---------------------	-------	----------------



Teoría	10	100
Teoricopráctica	10	100
Plantear y resolver problemas	10	100
Aplicaciones en casos reales	20	100
Utilización de programas de ordenador	25	100
Salidas de campo	3	100
Teoricopráctica online	220	0
Tutorías online	20	0
Actividades con material multimedia online	110	0
Realizar un trabajo individualmente	90	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	120	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Magistrales online		
Debate Dirigido Online		
Trabajo en Grupo		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	25.0
Pruebas con soportes digitales	0.0	25.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante	0.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos	0.0	20.0
Pruebas Escritas Online	5.0	25.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0



NIVEL 2: EMPRENDIMIENTO EN TURISMO - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Actores e instrumentos de financiación de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Competencias clave del emprendedor turístico		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Emprendimiento social transformador		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Liderazgo y emprendimiento corporativo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Marketing de lanzamiento de proyectos emprendedores en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las técnicas de marketing más efectivas hoy en día para nuevos productos y proyectos turísticos. 2. Entender el concepto de "producto turístico nuevo". 3. Conocer las fases de la planificación y el desarrollo un proyecto de nuevos lanzamientos. 4. Conocer cuáles son las etapas en el desarrollo y evaluación de nuevos productos. 5. Comprender el potencial de las nuevas oportunidades que ofrecen los canales digitales y las redes sociales en el lanzamiento de nuevos productos. 		



6. Conocer son las causas más frecuentes de fracaso en el desarrollo de nuevos productos y servicios.
7. Identificar las oportunidades existentes en el mercado para nuevos productos o servicios.
8. Identificar son las claves para obtener éxito en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
9. Ejercitar un pensamiento creativo que facilite la generación y el desarrollo de ideas que aporten valor a nuevos proyectos empresariales en turismo.
10. Poner en práctica un sistema de políticas y prácticas avanzadas de gestión de las personas para que permitan obtener un mejor rendimiento empresarial, considerando las especificidades de las empresas de reciente creación y las PYMEs del sector turístico.
11. Gestionar con éxito un proyecto turístico en entornos diversos y multiculturales, así como en diferentes marcos institucionales.
12. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial el sector turístico.
13. Comprender las bases de las actividades emprendedoras y los aspectos clave para su desarrollo y resultados.
14. Conocer el marco jurídico e institucional, identificando los aspectos legales más relevantes vinculados a la creación de empresas turísticas y lanzamientos de proyectos, así como las soluciones más eficientes a los problemas que pudieran plantearse en este sentido.
15. Elaborar, comprender y analizar la información contable y financiera de la empresa turística, para adoptar decisiones informadas a partir de dicha información, utilizando los distintos mecanismos de financiación con los que cuenta el emprendedor para poner en marcha un proyecto empresarial en el sector turístico.
16. Analizar críticamente las políticas públicas de fomento de la actividad emprendedora, utilizando los mecanismos de apoyo puestos a disposición del emprendedor por parte de las distintas instituciones públicas.
17. Capacidad para analizar críticamente casos de empresas reales y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial.
18. Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
19. Identificar cuáles son los posibles principales impactos positivos y negativos de los proyectos y empresas en turismo.
20. Medir el impacto del desarrollo del proyecto turístico en su entorno social, ambiental, cultural y económico.
21. Conocer los sistemas y instrumentos para la gestión del impacto del negocio turístico.
22. El escenario actual de la cooperación al desarrollo y turismo. Orientaciones, tendencias y el emprendimiento social.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- El comportamiento del consumidor: definición y comprensión de los mercados turísticos.
- Comportamiento de compra del consumidor, la elección del producto y las diferencias entre compradores según sus características.
- Mercados turísticos y su segmentación.
- Tipologías de nuevos productos y proyectos turísticos.
- Metodologías de lanzamiento de nuevos productos turísticos.
- Riesgos asociados al lanzamiento de nuevos productos y proyectos en turismo.
- Factores clave para el evitar el fracaso en el lanzamiento de un nuevo producto o proyecto en turismo.
- Definición de las variables del marketing mix: problemas específicos de la PYME turística, la nueva empresa y el lanzamiento de nuevos proyectos.
- Determinantes del precio y factores a considerar en la fijación del precio en el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos.
- La distribución e intermediación en turismo. Problemas de acceso a la distribución por parte de la PYME turística y el emprendedor.
- El impacto de la tecnología sobre los canales de distribución.
- La promoción y el proceso de comunicación. Problemas específicos de la PYME en turismo. La comunicación en presencia de restricciones presupuestarias: acciones de marketing de bajo coste. Alternativas a los medios tradicionales.
- Comunicación online y redes sociales. Marketing viral en la comunicación y lanzamiento de nuevos proyectos en turismo.
- La contribución del marketing a la innovación en la empresa: creatividad y creación de valor.
- Problemas de financiación de los emprendedores.
- Financiación bancaria y financiación mixta
- Productos financieros bancarios más habituales para la pyme y los emprendedores en turismo
- Estrategia y consejos prácticos para la negociación con los bancos y otros actores financieros.
- Financiación extra-bancaria de las nuevas empresas:
- Capital social.
- Autofinanciación.
- "3F".
- Crédito comercial o de proveedores. El problema de los alargamientos excesivos de los plazos de pago y la morosidad.
- Crowdfunding, crowdlending y equity-crowd para proyectos empresariales.
- Initial Coin Offering (ICO).
- Panorama actual de los mercados financieros: Mercado de crédito y Mercado de capitales.
- Mercado de crédito: Las nuevas empresas ante la financiación bancaria:
- Créditos bancarios.
- Microcréditos para microempresas: P2P social lending.
- Garantías para la concesión de créditos: Sociedades de Garantía Recíproca y Sociedad de Reafianzamiento.
- Cesión de créditos: descuento bancario, factoring, confirming, forfaiting, leasing, renting.
- Instrumentos públicos y privados de financiación.
- Financiación mixta: Capital riesgo, Business Angels y préstamos participativos.
- Mercado Alternativo Bursátil (MAB) y Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF)
- El concepto de emprendedor: el papel del individuo
- El emprendedor desde una perspectiva económica y sociológica
- El proceso de emprendimiento: de la oportunidad a la implantación.
- Características personales y sociales del emprendedor.
- Determinantes de la iniciativa emprendedora y del éxito de los nuevos proyectos empresariales en turismo.
- La relación entre actividad emprendedora e innovación.
- El papel social del emprendedor: emprendimiento social y responsabilidad social de la empresa
- Los ecosistemas de emprendimiento.
- Introducción a las habilidades sociales: aprendizaje y desarrollo.
- Actitudes, motivaciones y estilos sociales.
- Asertividad, resolución de conflictos y negociación.
- Prácticas y Estilos de liderazgo.
- Creatividad y trabajo en equipo.
- Gestión de la diversidad.
- Gestión del conocimiento.
- Ética en la gestión de personas
- Concepto y dimensiones de la RSC.
- Concepto de turismo sostenible.
- Instrumentos y sistemas de gestión ambiental.



- El emprendimiento social como instrumento de desarrollo económico y social.
- La cooperación internacional para el desarrollo y las oportunidades de emprendimiento social.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.

CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	10	100
Teoricopráctica	14	100
Plantear y resolver problemas	28	100
Aplicaciones en casos reales	20	100
Salidas de campo	8	100
Teoricopráctica online	220	0
Tutorías online	20	0
Casos prácticos online	120	0
Actividades con material multimedia online	60	0
Realizar un trabajo individualmente	120	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	100	0
Buscar referencias sobre la disciplina	30	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Magistrales

Clases Magistrales online

Conferencias Online

Coloquios

Trabajo en Grupo

Trabajo en Grupo Online

Trabajo Escrito



Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Utilización de Herramientas Tecnológicas Online		
Aprendizaje Basado en Problemas		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones		
Ronda de Intervenciones Online		
Simulación		
Mesa Redonda Online		
Participación en Congresos y Jornadas Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	20.0
Pruebas con soportes digitales	0.0	20.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante	0.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos	20.0	50.0
Pruebas Escritas Online	20.0	30.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: INNOVACIÓN EN TURISMO - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Aplicación práctica de la innovación en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Sistemas organizativos y ecosistemas de intraaprendizaje en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Co-creación e Innovación colaborativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Instrumentos para la innovación disruptiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO	OTRAS
No	No
LISTADO DE ESPECIALIDADES	
No existen datos	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los principales conceptos relacionados con la generación de conocimiento, la investigación, el desarrollo y la innovación en turismo. 2. Aprender a discriminar entre los diferentes tipos de innovación aplicadas al turismo. 3. Entender cuáles son los objetivos de la innovación en la empresa y la necesidad de tener un proceso sistemático. 4. Conocer los mecanismos para orientar y organizar el proceso de innovación en una empresa u organización turística. 5. Comprender la necesidad de cambiar para adaptar la empresa al entorno, y aprender como implantar proyectos de cambio en las organizaciones turísticas. 6. Entender el rol de la tecnología en los procesos de innovación. 7. Analizar el comportamiento, las actitudes y capacidades de las personas y los equipos que innovan. 8. Entender qué es la innovación disruptiva, cómo se produce y se desarrolla, y como impacta en los mercados turísticos. 9. Aprender los elementos clave para el diseño de modelos de negocio disruptivos en turismo. 10. Conocer las herramientas para implantar estrategias de innovación corporativa, intra-emprendimiento o emprendimiento. 11. Aplicar la disrupción a un negocio o proyecto en marcha. 12. Entender cómo desarrollar un proceso de cambio en una organización turística que persiga mejorar su capacidad innovadora. 13. Comprender cuales son las estructuras organizativas que potencian la capacidad innovadora de una organización turística. 14. Implantar mecanismos de co-creación con los diferentes stakeholders de la empresa turística en beneficio de la generación de valor y la innovación en turismo. 15. Como gestionar el conocimiento y el aprendizaje organizativo para potenciar la capacidad intraempresarial y la innovación de la empresa turística. 	
5.5.1.3 CONTENIDOS	
<p>El comportamiento organizativo. Concepto y elementos determinantes</p> <p>El aprendizaje, la percepción y la toma de decisiones individuales y colectivas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aprendizaje • Proceso de aprendizaje y creación de conocimiento de una organización • La percepción y la toma de decisiones individuales • La toma de decisiones individuales <p>La motivación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principales teorías y nuevas teorías en entornos innovadores y digitales. • Técnicas para la motivación aplicadas a las nuevas generaciones <p>Los grupos y equipos de trabajo en entornos innovadores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis tendencias actuales • Funcionamiento de los grupos y equipos de trabajo • Fases para la creación y desarrollo de los grupos en la organización <p>La comunicación en la empresa innovadora turística</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos del modelo de comunicación para el fomento de la innovación • Tipos de comunicación e instrumentos para fomentarla • Instrumentos para la comunicación efectiva • Las nuevas tecnologías como instrumentos para la comunicación. <p>Liderazgo transformador e innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características del líder transformador e innovador • Estilos de liderazgo en entornos innovadores • Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión de las personas • Los conflictos y las relaciones intergrupales <p>Estructuras flexibles y culturas innovadoras</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cultura organizativa de una empresa innovadora • Conceptos básicos en el diseño estructural y la creación de ecosistemas de innovación • Clasificación de las formas estructurales que facilitan la innovación • Variables contingentes en el diseño • Las políticas de dirección de recursos asociadas <p>Características esenciales de la cultura organizativa de empresas turísticas innovadoras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos de integración cultural • Creación, desarrollo y mantenimiento de una cultura organizativa innovadora. • El diagnóstico cultural <p>La gestión del cambio organizativo en empresas turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio y adaptación de las organizaciones • Modelo de gestión del cambio planificado • Reacciones al cambio y acciones preventivas • Resistencia al cambio y medidas correctoras. 	



Variables estructurales organizacionales que inciden en la innovación de los productos y los procesos en el sector turístico.

- Teorías sobre el diseño de las organizaciones y ejemplos prácticos en el sector turístico.
- Aprendizaje y creación de conocimiento en las organizaciones turísticas.
- Estrategia, estructura y empresa innovadora en turismo.
- Modelos de organizaciones de aprendizaje

Co-creación y Service Design

- Herramientas y técnicas de co-creación
- Diseño de experiencias significativas y co-creación
- Concepto y herramientas del service design

Innovación disruptiva

- Concepto de innovación disruptiva
- Facilitadores de la innovación disruptiva
- Creatividad, pensamiento divergente y pensamiento lateral
- Casos prácticos en el sector turístico

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.

CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.

CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital

CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	7	100
Teoricopráctica	20	100
Plantear y resolver problemas	10	100
Aplicaciones en casos reales	20	100
Salidas de campo	3	100
Teoricopráctica online	200	0
Tutorías online	10	0
Casos prácticos online	70	0
Actividades con material multimedia online	60	0
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0



Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Magistrales online		
Conferencias Online		
Trabajo en Grupo		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Resolución de Problemas		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones		
Ronda de Intervenciones Online		
Simulación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	20.0
Pruebas con soportes digitales	10.0	30.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante	0.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos	0.0	20.0
Pruebas Escritas Online	20.0	30.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA - Semipresencial		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Leyes y fiscalidad en lanzamiento de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Mercados emergentes y desafíos globales en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Estrategias de internacionalización de empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Economía de la experiencia en un turismo global		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No



GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender y analizar el funcionamiento de los principales organismos económicos y turísticos internacionales así como sus políticas y objetivos. 2. Identificar oportunidades de negocio turístico y emprendimiento teniendo en cuenta los análisis y recomendaciones de de estas instituciones. 3. Definir los negocios internacionales turísticos y entender el funcionamiento y estrategias de las multinacionales. 4. Elaborar reportes de los sectores turístico, hotelero y gastronómico definiendo el atractivo de los mismos para el emprendimiento y la inversión. 5. Elaborar reportes de empresas turísticas para diagnosticar su ventaja competitiva y su potencial para lanzarse al mercado exterior. 6. Utilizar los criterios de evaluación y selección de mercados turísticos. 7. Conocer el contenido base de las estrategias de internacionalización de las empresas turísticas: transnacional, internacional, multi-domestica, y estrategia global. 8. Entender los diferentes modos de operar en los mercados internacionales en turismo. 9. Considerar los beneficios y los costes del comercio internacional turístico. 10. Familiarizarse con las teorías básicas que explican la inversión directa en el exterior. 11. Tener en cuenta la importancia de la internacionalización en las industrias turísticas con base tecnológica. 12. Gestionar y optimizar el proceso de internacionalización de la pyme turística o del proyecto emprendedor, diseñando, implantando y dirigiendo su apertura a nuevos mercados. 13. Diseñar una estrategia y un plan de marketing y de promoción internacional de la pyme turística. Analizar los mercados y trabajar la estrategia, las posibles alianzas y la distribución. 14. Conocer las principales consecuencias tributarias de las actividades empresariales de alcance nacional e internacional en turismo. 15. Los sistemas tributarios y su proyección en las operaciones internacionales. Límites al poder tributario derivados de la creación de áreas económicas integradas. Introducción al Derecho Tributario Internacional: sistema normativo y convenios de doble imposición. 16. Reconocer la diversidad y las diferencias culturales. 17. Identificar y gestionar los desafíos típicamente encontrados en proyectos internacionales turísticos. 18. Identificar oportunidades comerciales para licitaciones públicas internacionales de ámbito turístico. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia competitiva internacional del sector turístico • Análisis de los mercados turísticos internacionales y tendencias de evolución y desarrollo. • Planificación, recogida y técnicas de búsqueda de la información relevante. • Análisis del entorno económico, político y legal. Estructura de un informe país. • Indicadores económicos del turismo: coyunturales vs estructurales. • Estudio de las principales áreas turísticas mundiales. Identificación de oportunidades y riesgos para el emprendedor turístico. • Entorno demográfico y cultural, aspectos políticos y legales, análisis de riesgo país, y análisis competitivos en materia turística. • Introducción a la consultoría sobre dirección de negocios internacionales turísticos. • La Multinacional turística y su entorno • La Multinacional turística y su ventaja competitiva • Estrategias de internacionalización de las empresas turísticas. • Aspectos específicos de la internacionalización de las empresas de servicios. • Decisiones de internacionalización: elección de la localización y el modo de operación. • Aspectos estratégicos de gestionar la innovación entre fronteras. • Los procesos de implantación internacional. Creación y gestión de filiales y sucursales. • Gestión de los riesgos y tratamiento del riesgo: medidas reactivas y palancas • Gestión global de la innovación tecnológica turística. • Introducción al Marketing Global y a los negocios globales en turismo. • Selección de mercados internacionales turísticos y elección de la forma de entrada (desde la exportación a la producción). • Marketing internacional: estrategias de crecimiento y expansión, la marca internacional y el desarrollo de productos. • Precios internacionales y decisiones de distribución turística. • Comunicación internacional: políticas, instrumentos y estrategias en turismo. Revisión y estructura del plan de marketing turístico internacional para el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos o la expansión de proyectos existentes. • Medios de pago y cobros internacionales. • Financiación del comercio exterior a corto, medio y largo plazo. • Aseguramiento de las operaciones internacionales. • La internacionalización y las nuevas tecnologías. • Herramientas tecnológicas para la internacionalización. • Contenidos y diseño básico de una plataforma digital turística internacional. • El negocio internacional turístico y la importancia de la negociación eficaz. • El margen de negociación: posición de partida y de ruptura. • Diferencias en la negociación internacional: productos, países y clientes. • Ámbitos de negociación: acuerdos de compraventa, distribución y alianzas estratégicas. • Aspectos culturales de la negociación internacional en turismo. • El protocolo en los negocios internacionales turísticos. • Contratos internacionales y resolución de conflictos. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.		
CE11 - Analizar y comparar las principales políticas y normativas internacionales que aplican al lanzamiento de proyectos turísticos y expansión de empresas turísticas.		
CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.		
CE13 - Evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas tipologías de mercados y consumidores turísticos.		
CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría	10	100
Teoricopráctica	10	100
Plantear y resolver problemas	12	100
Aplicaciones en casos reales	25	100
Salidas de campo	3	100
Teoricopráctica online	150	0
Tutorías online	15	0
Casos prácticos online	90	0
Actividades con material multimedia online	85	0
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales		
Clases Magistrales online		
Clases Expositivas		
Clases Expositivas Online		
Trabajo en Grupo		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Utilización de Herramientas Tecnológicas Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones		



Ronda de Intervenciones Online		
Simulación		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas escritas	0.0	25.0
Pruebas con soportes digitales	0.0	20.0
Instrumentos basados en la observación	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante	0.0	25.0
Resoluciones de casos prácticos	0.0	20.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	5.0	20.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	20.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: EMPRESA TURÍSTICA - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
18		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Modelos de negocio en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Gestión financiera de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Marketing turístico avanzado		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los factores económicos más relevantes relacionados con la digitalización en turismo. 2. Entender los diferentes modelos de negocio de la industria turística con base digital. 3. Saber identificar las características esenciales de un proyecto e-business o de negocio digital en el sector turístico. 4. Analizar el efecto de las TIC y la innovación en la estrategia empresarial. 5. Comprender el papel que los modelos de negocio desempeñan en el entorno competitivo actual y en el desarrollo del sector turístico. 6. Aprender a detectar las implicaciones que el e-business, las TIC y la innovación tienen en la formulación de modelos de negocio en turismo. 7. Saber identificar los condicionantes del entorno socioeconómico que afectan a las propuestas de valor empresarial en turismo. 8. Aplicar los modelos de negocio más eficaces para el desarrollo de proyectos turísticos basados en tecnología digital. 9. Diseñar un modelo de negocio turístico con la metodología customer journey y Canvas Business Model. 10. Diseñar e implementar un plan de marketing turístico aprovechando las nuevas posibilidades y el potencial de los instrumentos digitales. 11. Conocer los aspectos jurídicos que condicionan la puesta en marcha y el funcionamiento de un nuevo proyecto empresarial. 12. Adquirir el conocimiento económico fundamental sobre las estrategias de costes, precio, ventas y producción utilizadas por emprendedores turísticos. 13. Capacitar y proporcionar los instrumentos teóricos de conocimiento y la experiencia práctica para la buena dirección financiera del proyecto turístico. 14. Adquirir una base sólida sobre la creación y crecimiento de una start-up. 15. Aprender a identificar los indicadores clave de rendimiento (KPI) para determinar la marcha del negocio turístico. 16. Aplicar las herramientas, metodologías y estrategia para definir el qué, el cómo y el por qué de del marketing digital aplicados al proyecto turístico. 17. Definir los objetivos del sitio web y de las plataformas <i>mobile</i> del proyecto turístico. 18. Plantear las estrategias de las ventas online. 19. Utilizar blogs y gestionar la presencia en redes sociales. 20. Utilizar el ROI y las métricas como motor de la estrategia. 21. Gestionar SEM/SEO y el content marketing. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<ul style="list-style-type: none"> • El ecosistema digital • El turista digital • Concepto de modelo de negocio • Definición y alcance de e-business o negocio digital en turismo. • Conceptos de estrategia competitiva. • Modelos de Negocio y Propuesta de Valor. • Creación y desarrollo de nuevos proyectos de negocio en turismo. • Efecto de las TIC en la propuesta de valor del proyecto turístico. • Empresa, empresario y emprendedor turístico. Elección de la forma societaria: sociedades personalistas y capitalistas. Marco legal. • Trámites para la constitución de una empresa turística. • Fundamentos de fiscalidad: introducción al régimen tributario del empresario individual y de las sociedades mercantiles. • Elementos del modelo de negocio en turismo. Factores claves y fases para su definición. • Evaluación de modelo de negocio. • Estrategias de éxito y diferenciación • Modelos de Negocio Digital en turismo • Mapa de valor del cliente • Diseño y desarrollo del modelo de negocio • Gestión de operaciones en entornos digitales • Gestión de operaciones en entornos digitales • Gestión económico-financiera de una empresa de nueva creación en turismo. Planificación, organización, evaluación, control y seguimiento. • Plan de tesorería. • Los estados contables. • Estructura de costes y punto de equilibrio. • Análisis financiero. • Análisis económico. • Plan de inversión. • Criterios económico-financieros para la selección de Inversiones / proyectos turísticos • (Payback, ROI, VAN, y TIR). • Nuevas tendencias del marketing: nuevos clientes, nuevos mercados turísticos, nuevas respuestas. • La investigación de mercados en turismo. • Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital en proyectos turísticos • Search Engine Optimization (SEO) • Search Engine Marketing (SEM) • Generar y cualificar leads en Marketing Digital • Estrategias de Fidelización y Vinculación a través de internet • Inbound Marketing & Branded Content • Estrategia y Planificación de Medios • Performance, RTB y display advertising • Social Media Strategy: La integración de las Redes Sociales en nuestro plan de medios digital • E-mail marketing • Mobile App • Web & Marketing Analytics • Redes Sociales: Social business y big data 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		



MODALIDAD ONLINE		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.		
CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.		
CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.		
CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.		
CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	50	0
Teoricopráctica online	70	0
Plantear y resolver problemas online	20	0
Tutorías online	10	0
Casos prácticos online	70	0
Actividades con material multimedia online	80	0
Realizar un trabajo individualmente	65	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	39	0
Buscar referencias sobre la disciplina	46	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales online		
Clases Expositivas Online		
Conferencias Online		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Resolución de Problemas Online		
Estudio de Casos Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA



Pruebas Escritas Online	20.0	40.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante online	15.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos online	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: GESTIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
12		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Estrategias de Innovación en productos y servicios turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Desarrollo de proyectos de negocio turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir una visión estratégica que facilite el posicionamiento y/o el lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado turístico, aportando un valor diferencial a los consumidores. 2. Conocer los elementos clave a considerar en los procesos de identificación y preparación de iniciativas innovadoras y su encaje en el mercado turístico. 3. Poder aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece la tecnología para impulsar la diferenciación y el valor en la cadena de valor de las empresas en turismo. 4. Aprender e identificar las herramientas y los ámbitos del mercado turístico orientados al desarrollo de nuevas iniciativas innovadoras. 5. Iniciar, planificar, ejecutar, controlar y cerrar un proyecto turístico. 6. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial en turismo. 7. Planificar y gestionar proyectos complejos que involucren un número importante de tareas diversas. 8. Analizar críticamente casos de empresas reales del sector turístico y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial. 9. Adquirir un conocimiento global del proceso general de la Dirección de Proyectos: planteamiento de objetivos, procedimientos para su consecución, evolución del contexto de las actividades de gestión, particularidades de los proyectos, comunicación de los resultados, rendimiento esperado de dicha actividad, etc. 10. Utilizar los diferentes instrumentos y herramientas de Gestión de Proyectos y con los métodos más apropiados para el sector turístico. 11. Aplicar los métodos, técnicas y herramientas existentes para gestionar los proyectos de acuerdo con sus plazos y costos, cuidando la calidad del proyecto y del producto final y los aspectos técnicos de la contratación, en el ámbito de los productos y servicios, tales como Scrum, Kanban, Canvas, Model, Oobeya room o 5S. 12. Analizar y determinar los factores clave de un proyecto turístico: plazo, costos, recursos, control y calidad, así como su gestión e integración en la definición de los costos del proyecto. 13. Introducción a los conceptos básicos de las metodologías ágiles. 14. Identificar las ventajas de los métodos ágiles respecto a los tradicionales. 15. Anticipar situaciones que pueden impactar en el proyecto 16. Evaluar los resultados de los proyectos 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estrategia tecnológica e innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de eBusiness como estrategia de innovación en turismo • eBusiness en la Cadena de Valor y la gestión de la tecnología • El concepto de Innovación y tipologías. • Tecnologías e impacto organizativo <p>Innovación y diferenciación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias competitivas: de Porter a las visiones actuales. • Open Services Innovation: Customer Centric • De la Ventaja Competitiva a la Propuesta de Valor en turismo. 		



- Nuevos espacios: Océanos azules vs Océanos rojos
- Mercados emergentes en turismo

Las oportunidades de la economía digital en el sector turístico para la innovación

- Valores y Ventajas de la Economía Digital
- Análisis de los referentes digitales en turismo.
- Ejemplos y casos prácticos

Bases de la gestión integrada de proyectos en turismo

- Introducción a la gestión de proyectos
- Los modelos de referencia de la gestión de proyectos
- El entorno del proyecto
- El ciclo de vida de un proyecto

Las áreas clave de la gestión de proyectos aplicados al sector turístico.

- El alcance del proyecto
- Los plazos
- El coste
- Generación de valor
- La calidad del proyecto y en el proyecto
- Los riesgos: verdadero eje de gestión de los proyectos
- Adquisiciones y contratos

La gestión financiera aplicada al desarrollo y lanzamiento del proyecto turístico.

Técnicas y herramientas transversales en la gestión de proyectos

- Entornos de trabajo y gestión documental
- Agilidad y gestión de tareas
- Cronogramas y presupuestos
- Creatividad y Diagramación
- Presentaciones profesionales

La gestión de la documentación del proyecto

Gestión de conocimiento generado a lo largo del proyecto

Concepción del proyecto como sistema: gestión integral del proyecto

Otras metodologías de gestión de proyectos

- Gestión del riesgo, ciclo de vida y la cadena crítica
- Métodos tradicionales y predictivos: PRINCE2 y el enfoque del Marco Lógico (Logical Framework Approach)
- Métodos "Ágiles": SCRUM, Kanban y Lean Project Management
- Design Thinking y creative problem solving: la creatividad digital
- Lean Startup.
- Proyectos Lean 6 Sigma

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD ONLINE

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.

CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.



CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.		
CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	30	0
Teoricopráctica online	40	0
Plantear y resolver problemas online	10	0
Tutorías online	9	0
Casos prácticos online	71	0
Actividades con material multimedia online	40	0
Realizar un trabajo individualmente	45	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	30	0
Buscar referencias sobre la disciplina	25	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales online		
Coloquios Online		
Debate Dirigido Online		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Utilización de Herramientas Tecnológicas Online		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Online	20.0	40.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	25.0
Trabajos realizados por el estudiante online	15.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos online	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: TECNOLOGÍA TURÍSTICA DIGITAL - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Transformación digital de empresas y experiencias turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Experiencia del usuario/experiencia de usabilidad en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL



Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Desarrollo de plataformas digitales		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Analítica digital y big data en proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral



DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
NIVEL 3: Modelos de negocio disruptivos con base tecnológica		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Transformación Digital de Empresas y Experiencias Turísticas		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> Comprender los efectos de la digitalización en empresas turísticas Conocer las principales tendencias de desarrollo empresarial en el ámbito de la economía digital Desarrollar las capacidades internas para crear un negocio basado en la tecnología digital Desarrollar las actitudes digitales necesarias para la transformación digital empresarial en turismo. Comprender la necesidad del cambio y convertirse en un promotor del mismo dentro de la organización turística. Adquirir una visión global de los proyectos digitales en turismo, asimilando cada fase del proyecto: briefing, creación del concepto, la definición estratégica/objetivos en función de las necesidades de los usuarios, desarrollo de la interfaz gráfica, producción de prototipos. Implementar y liderar estrategias de digitalización del negocio turístico en todas las áreas funcionales de la organización. Entender y adoptar las nuevas formas de estructuración del trabajo en entornos digitales. 		



9. Realizar el plan de desarrollo de un negocio digital en turismo.
10. Entender las bases del gobierno de la transformación digital en la empresas turísticas.
11. Comprender la transformación digital en la empresa en relación con los clientes
12. Conocer las principales plataformas digitales y las herramientas para su diseño y desarrollo.
13. Aprender a definir la arquitectura de la plataforma digital turística, diseñar la interacción, la usabilidad y estrategia de un proyecto digital.
14. Definir la eficiencia y la satisfacción de los usuarios en los productos digitales.
15. Tomar conciencia y experiencia en el diseño de proyectos web responsive.
16. Conocer las formas de crear prototipos y su finalidad, de tal forma que se puedan crear ya sea para convencer a un futuro cliente o para hacer comprender la usabilidad al equipo de desarrollo.
17. Conocer las herramientas de seguridad en entornos digitales. Principios y fundamentos.
18. Gestionar el Big Data en la empresa turística.
19. Conocer las herramientas, recursos y actores que participan en un proyecto digital.
20. Tener una visión de las estructuras de las empresas digitales. Ser capaz de organizar los recursos y valorar las implicaciones y costes de un proyecto.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Nuevas tecnologías para el nuevo proyecto empresarial turístico
- Nuevas Tecnologías que impactan en el negocio turístico. Restos y oportunidades.
- El papel de los sistemas y tecnologías de la información en la empresa turística
- Las tecnologías de la información como oportunidad para la creación de empresas turísticas
- De la gestión de la información a la gestión del conocimiento.
- Análisis de datos: Introducción y principales herramientas
- KPIs: Métricas principales
- implementación de métricas
- Análisis de métricas
- Estrategia y reporting
- Big data aplicado al sector turístico.
- Digitalizar los procesos actuales o diseñar nuevos procesos digitales
- Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles
- Digitalización de operaciones
- Robotic Process Automation (RPA)
- Modelos de Negocio Disruptivos: Movilidad, Plataformas Digitales y Productos Conectados
- Digitalizar los procesos actuales y diseño de nuevos procesos digitales
- Modificación de los procesos a través de metodologías ágiles
- Cloud Computing
- Industria 4.0. e IOT
- RA/RV/RI & Wearable Tech & Wireless Connectivity
- Ciberseguridad y gobernanza del dato
- Fundamentos de Blockchain
- Infraestructura: Cloud Pública, Privada, Híbrida
- Arquitectura de aplicaciones: Front y sus componentes, modelo de APIs, el papel del back end
- Bases de datos de Clientes: Customer Data Lake. Bases de datos operativas y analíticas, sql/nosql, BigData
- Nuevos modelos de gestión del IT
- Principios de los sistemas IT: robustez, resiliencia, escalabilidad, y ahora también: time to market, flexibilidad y customer centricity

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD ONLINE

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estrategia empresarial.

CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	90	0
Teoricopráctica online	150	0
Plantear y resolver problemas online	20	0
Tutorías online	20	0



Casos prácticos online	60	0
Actividades con material multimedia online	160	0
Realizar un trabajo individualmente	90	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	120	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales online		
Debate Dirigido Online		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Online	5.0	25.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	20.0	50.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	10.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	30.0
NIVEL 2: EMPRENDIMIENTO EN TURISMO - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	30	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	30	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Actores e instrumentos de financiación de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Marketing de lanzamiento de proyectos emprendedores en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Competencias clave del emprendedor turístico		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo		
NIVEL 3: Emprendimiento social transformador		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO		OTRAS	
No		No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES			
Especialidad en Emprendimiento e Innovación Corporativa en Turismo			
NIVEL 3: Liderazgo y emprendimiento corporativo			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER		ECTS ASIGNATURA	
Optativa		6	
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Semestral 1		ECTS Semestral 2	
		6	
ECTS Semestral 4		ECTS Semestral 5	
ECTS Semestral 7		ECTS Semestral 8	
ECTS Semestral 10		ECTS Semestral 11	
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE			
CASTELLANO		CATALÁN	
Sí		Sí	
GALLEGO		VALENCIANO	
No		No	
FRANCÉS		ALEMÁN	
No		No	
ITALIANO		OTRAS	
No		No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES			
No existen datos			
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las técnicas de marketing más efectivas hoy en día para nuevos productos y proyectos turísticos. 2. Entender el concepto de ¿producto turístico nuevo¿. 3. Conocer las fases de la planificación y el desarrollo un proyecto de nuevos lanzamientos. 4. Conocer cuáles son las etapas en el desarrollo y evaluación de nuevos productos. 5. Comprender el potencial de las nuevas oportunidades que ofrecen los canales digitales y las redes sociales en el lanzamiento de nuevos productos. 6. Conocer son las causas más frecuentes de fracaso en el desarrollo de nuevos productos y servicios. 7. Identificar las oportunidades existentes en el mercado para nuevos productos o servicios. 8. Identificar son las claves para obtener éxito en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio. 9. Ejercitar un pensamiento creativo que facilite la generación y el desarrollo de ideas que aporten valor a nuevos proyectos empresariales en turismo. 10. Poner en práctica un sistema de políticas y prácticas avanzadas de gestión de las personas para que permitan obtener un mejor rendimiento empresarial, considerando las especificidades de las empresas de reciente creación y las PYMEs del sector turístico. 11. Gestionar con éxito un proyecto turístico en entornos diversos y multiculturales, así como en diferentes marcos institucionales. 12. Comprender, analizar y resolver problemas complejos relacionados con la puesta en funcionamiento, la expansión y la consolidación de un proyecto empresarial el sector turístico. 13. Comprender las bases de las actividades emprendedoras y los aspectos clave para su desarrollo y resultados. 			



15. Conocer el marco jurídico e institucional, identificando los aspectos legales más relevantes vinculados a la creación de empresas turísticas y lanzamientos de proyectos, así como las soluciones más eficientes a los problemas que pudieran plantearse en este sentido.
16. Elaborar, comprender y analizar la información contable y financiera de la empresa turística, para adoptar decisiones informadas a partir de dicha información, utilizando los distintos mecanismos de financiación con los que cuenta el emprendedor para poner en marcha un proyecto empresarial en el sector turístico.
17. Analizar críticamente las políticas públicas de fomento de la actividad emprendedora, utilizando los mecanismos de apoyo puestos a disposición del emprendedor por parte de las distintas instituciones públicas.
18. Capacidad para analizar críticamente casos de empresas reales y extraer de ellos conclusiones relevantes para la práctica empresarial.
19. Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.
20. Identificar cuáles son los posibles principales impactos positivos y negativos de los proyectos y empresas en turismo.
21. Medir el impacto del desarrollo del proyecto turístico en su entorno social, ambiental, cultural y económico.
22. Conocer los sistemas e instrumentos para la gestión del impacto del negocio turístico.
23. El escenario actual de la cooperación al desarrollo y turismo. Orientaciones, tendencias y el emprendimiento social

5.5.1.3 CONTENIDOS

- El comportamiento del consumidor: definición y comprensión de los mercados turísticos.
- Comportamiento de compra del consumidor, la elección del producto y las diferencias entre compradores según sus características.
- Mercados turísticos y su segmentación.
- Tipologías de nuevos productos y proyectos turísticos.
- Metodologías de lanzamiento de nuevos productos turísticos.
- Riesgos asociados al lanzamiento de nuevos productos y proyectos en turismo.
- Factores clave para el evitar el fracaso en el lanzamiento de un nuevo producto o proyecto en turismo.
- Definición de las variables del marketing mix: problemas específicos de la PYME turística, la nueva empresa y el lanzamiento de nuevos proyectos.
- Determinantes del precio y factores a considerar en la fijación del precio en el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos.
- La distribución e intermediación en turismo. Problemas de acceso a la distribución por parte de la PYME turística y el emprendedor.
- El impacto de la tecnología sobre los canales de distribución.
- La promoción y el proceso de comunicación. Problemas específicos de la PYME en turismo. La comunicación en presencia de restricciones presupuestarias: acciones de marketing de bajo coste. Alternativas a los medios tradicionales.
- Comunicación online y redes sociales. Marketing viral en la comunicación y lanzamiento de nuevos proyectos en turismo.
- La contribución del marketing a la innovación en la empresa: creatividad y creación de valor.
- Problemas de financiación de los emprendedores.
- Financiación bancaria y financiación mixta
- Productos financieros bancarios más habituales para la pyme y los emprendedores en turismo
- Estrategia y consejos prácticos para la negociación con los bancos y otros actores financieros.
- Financiación extra-bancaria de las nuevas empresas:
- Capital social.
- Autofinanciación.
- "3F".
- Crédito comercial o de proveedores. El problema de los alargamientos excesivos de los plazos de pago y la morosidad.
- Crowdfunding, crowdlending y equity-crowd para proyectos empresariales.
- Initial Coin Offering (ICO).
- Panorama actual de los mercados financieros: Mercado de crédito y Mercado de capitales.
- Mercado de crédito: Las nuevas empresas ante la financiación bancaria:
- Créditos bancarios.
- Microcréditos para microempresas: P2P social lending.
- Garantías para la concesión de créditos: Sociedades de Garantía Recíproca y Sociedad de Reafianzamiento.
- Cesión de créditos: descuento bancario, factoring, confirming, forfaiting, leasing, renting.

- Instrumentos públicos y privados de financiación.
- Financiación mixta: Capital riesgo, Business Angels y préstamos participativos.
- Mercado Alternativo Bursátil (MAB) y Mercado Alternativo de Renta Fija (MARF)
- El concepto de emprendedor: el papel del individuo
- El emprendedor desde una perspectiva económica y sociológica
- El proceso de emprendimiento: de la oportunidad a la implantación.
- Características personales y sociales del emprendedor.
- Determinantes de la iniciativa emprendedora y del éxito de los nuevos proyectos empresariales en turismo.
- La relación entre actividad emprendedora e innovación.
- El papel social del emprendedor: emprendimiento social y responsabilidad social de la empresa
- Los ecosistemas de emprendimiento.
- Introducción a las habilidades sociales: aprendizaje y desarrollo.
- Actitudes, motivaciones y estilos sociales.
- Asertividad, resolución de conflictos y negociación.
- Prácticas y Estilos de liderazgo.
- Creatividad y trabajo en equipo.
- Gestión de la diversidad.
- Gestión del conocimiento.
- Ética en la gestión de personas



- Concepto y dimensiones de la RSC.
- Concepto de turismo sostenible.
- Instrumentos y sistemas de gestión ambiental.
- El emprendimiento social como instrumento de desarrollo económico y social.
- La cooperación internacional para el desarrollo y las oportunidades de emprendimiento social.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD ONLINE

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyecto turísticos.

CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	100	0
Teoricopráctica online	160	0
Plantear y resolver problemas online	20	0
Tutorías online	20	0
Casos prácticos online	140	0
Realizar un trabajo individualmente	120	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	100	0
Buscar referencias sobre la disciplina	30	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Magistrales online

Conferencias Online

Coloquios Online

Trabajo en Grupo Online

Trabajo Escrito Online

Actividades de Aplicación Online

Utilización de Herramientas Tecnológicas Online

Aprendizaje basado en Problemas Online

Resolución de Problemas Online

Elaboración de Proyectos Online



Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones Online		
Mesa Redonda Online		
Participación en Congresos y Jornadas Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Online	20.0	40.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante online	30.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	25.0
NIVEL 2: INNOVACIÓN EN TURISMO - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Aplicación práctica de la innovación en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Sistemas organizativos y ecosistemas de intraaprendizaje en empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Co-creación e Innovación colaborativa		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Instrumentos para la innovación disruptiva		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>1. Comprender los principales conceptos relacionados con la generación de conocimiento, la investigación, el desarrollo y la innovación en turismo. 2. Aprender a discriminar entre los diferentes tipos de innovación aplicadas al turismo. 3. Entender cuáles son los objetivos de la innovación en la empresa y la necesidad de tener un proceso sistemático. 4. Conocer los mecanismos para orientar y organizar el proceso de innovación en una empresa u organización turística. 5. Comprender la necesidad de cambiar para adaptar la empresa al entorno, y aprender como implantar proyectos de cambio en las organizaciones turísticas. 6. Entender el rol de la tecnología en los procesos de innovación. 7. Analizar el comportamiento, las actitudes y capacidades de las personas y los equipos que innovan. 8. Entender qué es la innovación disruptiva, cómo se produce y se desarrolla, y como impacta en los mercados turísticos. 9. Aprender los elementos clave para el diseño de modelos de negocio disruptivos en turismo. 10. Conocer las herramientas para implantar estrategias de innovación corporativa, intra-empresarial o emprendimiento. 11. Aplicar la disrupción a un negocio o proyecto en marcha. 12. Entender cómo desarrollar un proceso de cambio en una organización turística que persiga mejorar su capacidad innovadora. 13. Comprender cuales son las estructuras organizativas que potencian la capacidad innovadora de una organización turística. 14. Implantar mecanismos de co-creación con los diferentes stakeholders de la empresa turística en beneficio de la generación de valor y la innovación en turismo. 15. Como gestionar el conocimiento y el aprendizaje organizativo para potenciar la capacidad intraempresarial y la innovación de la empresa turística.</p>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
El comportamiento organizativo. Concepto y elementos determinantes		



El aprendizaje, la percepción y la toma de decisiones individuales y colectivas

- El aprendizaje
- Proceso de aprendizaje y creación de conocimiento de una organización
- La percepción y la toma de decisiones individuales
- La toma de decisiones individuales

La motivación

- Principales teorías y nuevas teorías en entornos innovadores y digitales.
- Técnicas para la motivación aplicadas a las nuevas generaciones

Los grupos y equipos de trabajo en entornos innovadores

- Análisis tendencias actuales
- Funcionamiento de los grupos y equipos de trabajo
- Fases para la creación y desarrollo de los grupos en la organización

La comunicación en la empresa innovadora turística

- Elementos del modelo de comunicación para el fomento de la innovación
- Tipos de comunicación e instrumentos para fomentarla
- Instrumentos para la comunicación efectiva
- Las nuevas tecnologías como instrumentos para la comunicación.

Liderazgo transformador e innovación

- Características del líder transformador e innovador
- Estilos de liderazgo en entornos innovadores
- Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión de las personas
- Los conflictos y las relaciones intergrupales

Estructuras flexibles y culturas innovadoras

- La cultura organizativa de una empresa innovadora
- Conceptos básicos en el diseño estructural y la creación de ecosistemas de innovación
- Clasificación de las formas estructurales que facilitan la innovación
- Variables contingentes en el diseño
- Las políticas de dirección de recursos asociadas

Características esenciales de la cultura organizativa de empresas turísticas innovadoras

- Elementos de integración cultural
- Creación, desarrollo y mantenimiento de una cultura organizativa innovadora.
- El diagnóstico cultural

La gestión del cambio organizativo en empresas turísticas

- Cambio y adaptación de las organizaciones
- Modelo de gestión del cambio planificado
- Reacciones al cambio y acciones preventivas
- Resistencia al cambio y medidas correctoras.

Variables estructurales organizacionales que inciden en la innovación de los productos y los procesos en el sector turístico.

- Teorías sobre el diseño de las organizaciones y ejemplos prácticos en el sector turístico.
- Aprendizaje y creación de conocimiento en las organizaciones turísticas.
- Estrategia, estructura y empresa innovadora en turismo.
- Modelos de organizaciones de aprendizaje

Co-creación y Service Design

- Herramientas y técnicas de co-creación
- Diseño de experiencias significativas y co-creación
- Concepto y herramientas del service design

Innovación disruptiva

- Concepto de innovación disruptiva
- Facilitadores de la innovación disruptiva
- Creatividad, pensamiento divergente y pensamiento lateral
- Casos prácticos en el sector turístico

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD ONLINE

5.5.1.5 COMPETENCIAS



5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados		
CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE01 - Desarrollar una visión estratégica de la empresa turística que permita generar e identificar oportunidades de mercado vinculadas con la innovación en producto, proceso o modelo de negocio, tanto a nivel nacional como internacional.		
CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con va-lor.		
CE09 - Identificar las nuevas tecnologías que impactan en el negocio turístico y formular la estrategia tecnológica adecuada para el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito digital		
CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	100	0
Teoricopráctica online	130	0
Plantear y resolver problemas online	20	0
Tutorías online	20	0
Casos prácticos online	100	0
Actividades con material multimedia online	30	0
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0
Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales online		
Conferencias Online		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Resolución de Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Online	10.0	25.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	30.0



Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante online	20.0	50.0
Resoluciones de casos prácticos online	20.0	50.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	10.0
NIVEL 2: INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA - Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	24	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Leyes y fiscalidad en lanzamiento de proyectos turísticos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS



No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Mercados emergentes y desafíos globales en turismo		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas		
NIVEL 3: Estrategias de internacionalización de empresas turísticas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No



ITALIANO		OTRAS	
No		No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES			
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas			
NIVEL 3: Economía de la experiencia en un turismo global			
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3			
CARÁCTER		ECTS ASIGNATURA	
Optativa		6	
DESPLIEGUE TEMPORAL			
ECTS Semestral 1		ECTS Semestral 2	
		6	
ECTS Semestral 4		ECTS Semestral 5	
ECTS Semestral 7		ECTS Semestral 8	
ECTS Semestral 10		ECTS Semestral 11	
ECTS Semestral 12			
Lenguas en las que se imparte			
CASTELLANO		CATALÁN	
Sí		Sí	
GALLEGO		VALENCIANO	
No		No	
FRANCÉS		ALEMÁN	
No		No	
ITALIANO		OTRAS	
No		No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES			
Especialidad en Internacionalización de Empresas Turísticas			
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE			
<ol style="list-style-type: none"> Comprender y analizar el funcionamiento de los principales organismos económicos y turísticos internacionales así como sus políticas y objetivos. Identificar oportunidades de negocio turístico y emprendimiento teniendo en cuenta los análisis y recomendaciones de estas instituciones. Definir los negocios internacionales turísticos y entender el funcionamiento y estrategias de las multinacionales. Elaborar reportes de los sectores turístico, hotelero y gastronómico definiendo el atractivo de los mismos para el emprendimiento y la inversión. Elaborar reportes de empresas turísticas para diagnosticar su ventaja competitiva y su potencial para lanzarse al mercado exterior. Utilizar los criterios de evaluación y selección de mercados turísticos. Conocer el contenido base de las estrategias de internacionalización de las empresas turísticas: transnacional, internacional, multi-domestica, y estrategia global. Entender los diferentes modos de operar en los mercados internacionales en turismo. Considerar los beneficios y los costes del comercio internacional turístico. Familiarizarse con las teorías básicas que explican la inversión directa en el exterior. Tener en cuenta la importancia de la internacionalización en las industrias turísticas con base tecnológica. Gestionar y optimizar el proceso de internacionalización de la pyme turística o del proyecto emprendedor, diseñando, implantando y dirigiendo su apertura a nuevos mercados. Diseñar una estrategia y un plan de marketing y de promoción internacional de la pyme turística. Analizar los mercados y trabajar la estrategia, las posibles alianzas y la distribución. Conocer las principales consecuencias tributarias de las actividades empresariales de alcance nacional e internacional en turismo. Los sistemas tributarios y su proyección en las operaciones internacionales. Límites al poder tributario derivados de la creación de áreas económicas integradas. Introducción al Derecho Tributario Internacional: sistema normativo y convenios de doble imposición. Reconocer la diversidad y las diferencias culturales. Identificar y gestionar los desafíos típicamente encontrados en proyectos internacionales turísticos. Identificar oportunidades comerciales para licitaciones públicas internacionales de ámbito turístico. 			
5.5.1.3 CONTENIDOS			
<ul style="list-style-type: none"> Inteligencia competitiva internacional del sector turístico Análisis de los mercados turísticos internacionales y tendencias de evolución y desarrollo. Planificación, recogida y técnicas de búsqueda de la información relevante. Análisis del entorno económico, político y legal. Estructura de un informe país. Indicadores económicos del turismo: coyunturales vs estructurales. Estudio de las principales áreas turísticas mundiales. Identificación de oportunidades y riesgos para el emprendedor turístico. Entorno demográfico y cultural, aspectos políticos y legales, análisis de riesgo país, y análisis competitivos en materia turística. Introducción a la consultoría sobre dirección de negocios internacionales turísticos. La Multinacional turística y su entorno La Multinacional turística y su ventaja competitiva Estrategias de internacionalización de las empresas turísticas. 			



- Aspectos específicos de la internacionalización de las empresas de servicios.
- Decisiones de internacionalización: elección de la localización y el modo de operación.
- Aspectos estratégicos de gestionar la innovación entre fronteras.
- Los procesos de implantación internacional. Creación y gestión de filiales y sucursales.
- Gestión de los riesgos y tratamiento del riesgo: medidas reactivas y palancas
- Gestión global de la innovación tecnológica turística.
- Introducción al Marketing Global y a los negocios globales en turismo.
- Selección de mercados internacionales turísticos y elección de la forma de entrada (desde la exportación a la producción).
- Marketing internacional: estrategias de crecimiento y expansión, la marca internacional y el desarrollo de productos.
- Precios internacionales y decisiones de distribución turística.
- Comunicación internacional: políticas, instrumentos y estrategias en turismo. Revisión y estructura del plan de marketing turístico internacional para el lanzamiento de nuevos proyectos turísticos o la expansión de proyectos existentes.
- Medios de pago y cobros internacionales.
- Financiación del comercio exterior a corto, medio y largo plazo.
- Aseguramiento de las operaciones internacionales.
- La internacionalización y las nuevas tecnologías.
- Herramientas tecnológicas para la internacionalización.
- Contenidos y diseño básico de una plataforma digital turística internacional.
- El negocio internacional turístico y la importancia de la negociación eficaz.
- El margen de negociación: posición de partida y de ruptura.
- Diferencias en la negociación internacional: productos, países y clientes.
- Ámbitos de negociación: acuerdos de compraventa, distribución y alianzas estratégicas.
- Aspectos culturales de la negociación internacional en turismo.
- El protocolo en los negocios internacionales turísticos.
- Contratos internacionales y resolución de conflictos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

MODALIDAD ONLINE

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE07 - Obtener fuentes de financiación externas e internas para la creación de nuevas empresas o proyectos empresariales en turismo.

CE11 - Analizar y comparar las principales políticas y normativas internacionales que aplican al lanzamiento de proyectos turísticos y expansión de empresas turísticas.

CE12 - Identificar el potencial de crecimiento de la empresa turística proponiendo y evaluando las diferentes modalidades y instrumentos de expansión del negocio turístico a nivel internacional y el lanzamiento de nuevos proyectos.

CE13 - Evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas tipologías de mercados y consumidores turísticos.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoría online	80	0
Teoricopráctica online	120	0
Plantear y resolver problemas online	20	0
Tutorías online	20	0
Casos prácticos online	100	0
Actividades con material multimedia online	60	0
Realizar un trabajo individualmente	100	0
Trabajo en colaboración dentro de un grupo	60	0



Buscar referencias sobre la disciplina	40	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Magistrales online		
Clases Expositivas Online		
Trabajo en Grupo Online		
Trabajo Escrito Online		
Actividades de Aplicación Online		
Utilización de Herramientas Tecnológicas Online		
Estudio de Casos Online		
Ronda de Intervenciones Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Online	30.0	50.0
Pruebas Orales Online	0.0	15.0
Pruebas con Soportes Digitales Online	10.0	20.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	0.0	15.0
Trabajos realizados por el estudiante online	20.0	30.0
Resoluciones de casos prácticos online	10.0	30.0
Instrumentos de co-evaluación online	0.0	15.0
NIVEL 2: TRABAJO FINAL DE MÁSTER-Semipresencial-Online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



- Identificar la potencialidad de un proyecto turístico. - Diseñar el proceso para la innovación y/o internacionalización del negocio o proyecto turístico
- Valorar la aplicación de los procesos utilizados en el proyecto - Analizar críticamente los resultados obtenidos - Auto-reflexión del propio proceso de aprendizaje para el desarrollo personal y profesional - Hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje en su trabajo escrito y en su presentación oral.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Desarrollo profesional: · Identificación de la oportunidad · Presentación del proyecto · Modelo de negocio aplicado · Estrategias de marketing implantadas · Aspectos financieros · Propuestas de mejora de los resultados obtenidos - Desarrollo competencial · Identificación de áreas de mejora

5.5.1.4 OBSERVACIONES

La normativa marco que aplica al desarrollo del Trabajo Final de Máster es: <http://www.ub.edu/agenciaqualitat/normativaespecifica/>

El Trabajo Final de máster posee un carácter integrador que moviliza el conjunto de competencias que el estudiante ha desarrollado a lo largo de su proceso formativo durante todo el curso.

Pretende ser un instrumento para capacitar a nuestros alumnos para analizar problemáticas y hechos turísticos mediante los métodos de investigación a partir de la identificación y utilización de diferentes variables, además de ser el instrumento para la evaluación de las competencias del máster con una perspectiva globalizadora. Se persigue iniciar al estudiante en la metodología de investigación para que pueda plantear y desarrollar con éxito una investigación en algún aspecto concreto de la innovación en turismo y/o desarrollar proyectos de aplicación y transferencia en empresas reales; así como defenderlo oralmente ante la comunidad académica.

Los créditos asignados a la materia de Trabajo Final de Máster suponen la culminación del aprendizaje completo del estudiante a lo largo de la carrera, tal y como se ha venido señalando. Existirán tres tipologías de TFM:

A. Proyectos de emprendimiento: El estudiante sintetiza un proyecto de empresa desarrollado en equipo y plantea estrategias y acciones para lanzarla al mercado. La estructura del trabajo será la de un plan de empresa:

- 1- Resumen ejecutivo
- 2- Análisis de mercado y competencia
- 3- Plan estratégico
- 4- Plan de marketing
- 5- Plan de Operaciones
- 6- Plan Financiero

En el desarrollo de los TFM de emprendimiento participarán los siguientes actores:

1. Responsable del Trabajo Final de Máster: Profesor/a responsable de la coordinación de todas las# tareas asociadas al asesoramiento, gestión y desarrollo de las propuestas de trabajos finales.
2. Estudiantes: Estudiantes que estén realizando el máster.
3. Mentor: El mentor será responsable de la universidad que orientará al estudiante en el# desarrollo de su proyecto así como velará por el cumplimiento de los requisitos académicos del# proyecto.
4. Comisión de Proyectos de Emprendimiento: Comisión formada por partners de la Universidad y del# ecosistema emprendedor, serán expertos y mentores del mundo Digital y el emprendimiento que# asesorarán en el proceso de desarrollo del proyecto para facilitar su procesos de implementación.

B. Proyectos de intraemprendimiento e innovación: El estudiante sintetiza un proyecto de innovación# para una empresa, una institución o un organismo que plantea un reto alineado en:

- Desarrollo de nuevos servicios o productos
- Creación de nuevas líneas de negocio
- Procesos de Digitalización
- Proyectos de Marketing Digital
- Desarrollo de Plataformas Digitales

El centro dispone de una guía del TFM con información amplia y detallada de los puntos, fases, criterios de elaboración del trabajo, disponible para los alumnos en el campus.

En el campus virtual del máster, los estudiantes pueden acceder a una amplia guía que recoge las#pautas para el desarrollo del TFM en cuanto a normativa, sistema de elección del tema y del#tutor, pautas de elaboración y normas de presentación, criterios de evaluación, y responsabilidades#de las partes implicadas. A continuación, se realiza una síntesis de los capítulos más destacados.

C. Proyecto de desarrollo de conocimiento o investigación:#El proyecto final consiste en un trabajo de investigación específico y vinculado a las líneas de investigación asociadas a las#materias tratadas en el máster y líneas de investigación prioritarias de los grupos de#investigación en turismo de la universidad. Pueden constituir estudios exploratorios para las#investigaciones a desarrollar en futuras tesis doctorales.

Se han considerado cuatro posibilidades de acceso al aprendizaje con el propósito de atender la#diversidad de los estudiantes motivados por la investigación y maximizar así sus diferentes#potencialidades:



- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de su participación en un grupo de investigación consolidado dentro del propio centro, con la tutorización directa del equipo.
- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de su participación en grupos preestablecidos tutorizados por un profesor combinando sesiones presenciales y trabajo autónomo del estudiante.
- El estudiante desarrolla su trabajo a partir de sus motivaciones personales con la tutorización directa de un tutor, previa validación de su propuesta.
- El estudiante realiza su proyecto en colaboración con una organización turística que le propone el tema del proyecto a realizar y le facilita el acceso a la información y recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

MATRICULACIÓN

Desde el punto de vista del aprendizaje, su realización debe formar parte del tramo final de los estudios. Para desarrollar un TFM, es necesaria la realización de dos procesos complementarios:

- ¿La matrícula de la asignatura en el periodo ordinario de matrícula o en el periodo de ampliación de matrícula, según en el momento temporal que se cumplan los requisitos?
- ¿La elección de una temática de proyecto (ver el apartado de Oferta y Elección de Tema del Proyecto en campus virtual)?

Cuando el estudiante matricule la asignatura de Trabajo Fin de Máster, estará obligado a superarla igual que cualquier otra asignatura y, por tanto, queda bajo su responsabilidad el decidir en qué momento matricula esta asignatura y las implicaciones que esto tiene respecto los créditos a aprobar a efectos de la Normativa de Permanencia.

Es importante consultar el apartado correspondiente a cada tipología de Trabajo para especificaciones particulares

EVALUACIÓN

La evaluación del Trabajo Final de Máster debe responder al nivel de consecución de los objetivos especificados en el diseño de la materia: evaluar el nivel de competencias que el estudiante ha alcanzado durante su formación, comprobar la madurez del estudiante, su capacidad para aplicar autónomamente estas competencias y, desarrollar los métodos de investigación y de resolución de problemas propios del ámbito de la especialización del máster elegida.

Esta función se realiza mediante el desarrollo de profundización y síntesis de los conocimientos y aptitudes adquiridos en las materias cursadas durante el máster.

Para poder llevar a cabo este tipo de evaluación se ha diseñado un sistema combinado de evidencias que permitan evaluar los diferentes grados de consecución de diferentes ítems relacionados con los objetivos de la asignatura a partir de la valoración de la memoria, la defensa y el proceso seguido por parte de los estudiantes. Las rúbricas de evaluación se concretan según la tipología de cada proyecto y se pueden consultar en el campus virtual del máster.

Órganos evaluadores

La Comisión de Máster de Turismo que decidirá la asignación de correctores de los TFM está formada por:

-# Dirección de la EUHT CETT - UB -# Coordinación de TFM -# Responsable de Grupo de Investigación o Bloque Temático en que el TFM está enmarcado en función de la temática objeto de la investigación -# Dirección de Career Services (en el caso de TFM en empresas / instituciones)

Las personas correctoras asignadas a cada TFM llevarán a cabo su evaluación a partir de los materiales entregados y de su defensa, y la Coordinación del TFM facilitará en Secretaría las calificaciones de esta asignatura en forma y plazo según la normativa vigente.

Defensa

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 12.3 que todo Trabajo Final de Máster debe contemplar una defensa.

La defensa del trabajo supone una parte de la evaluación de la asignatura.

Para la defensa de cualquier TFM, se constituirá un Tribunal Evaluador formado por 3/4 personas con la responsabilidad de valorar el trabajo hecho a partir de la información proporcionada durante la Defensa del Trabajo.

Según el calendario de impartición establecido de la formación y el lugar de procedencia del/la estudiante, la defensa se contempla como un proceso presencial, o bien, como un proceso de defensa online sincrónico. Tanto en la modalidad presencial como online sincrónica, el proceso consiste en la exposición oral y gráfica de 15 minutos seguida por una sesión de preguntas por parte del tribunal y del público asistente.

Hay que tener presente que, a fin de ser coherentes con los objetivos de aprendizaje planteados, la presentación debe contemplar la exposición de:

- Objetivos: Definición y delimitación del objetivo del trabajo
- Marco teórico: Revisión del estado de la cuestión: bibliografía de referencia, estudios, trabajos...
- Metodología: Identificación de la metodología de trabajo
- Análisis de resultados: Análisis de la información recogida
- Conclusiones: Presentación de conclusiones



A fin de facilitar el proceso de las presentaciones, éstas se organizarán en 3-4 días al final de cada semestre. El calendario de defensas se colgará en el espacio de la asignatura de Trabajo de Fin de Máster del Campus Virtual.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Tener orientación al mercado y al cliente, estableciendo canales de comunicación y de colaboración que permitan generar nuevos productos o adaptar los existentes en base a la evolución de sus necesidades.

CG2 - Liderar y colaborar con equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales y globalizados

CG4 - Tomar decisiones interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

CG5 - Demostrar capacidad analítica y de síntesis.

CG3 - Tener iniciativa y actitud emprendedora.

CG6 - Razonar críticamente y compromiso con la pluralidad y diversidad de realidades de la sociedad

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE02 - Confeccionar el plan de negocio de un proyecto turístico.

CE03 - Conocer y analizar la estructura de los estados económico-financieros de la empresa, evaluando su viabilidad y realizando previsiones futuras de su desarrollo.

CE04 - Diseñar e implementar planes estratégicos y operativos de comercialización y comunicación para el lanzamiento al mercado de nuevos proyectos turísticos.

CE05 - Organizar y planificar el desarrollo y lanzamiento de proyectos turísticos. Concretar y anticipar las actividades orientadas a resultados específicos y establecer mecanismos para evaluar su logro.

CE06 - Definir y desarrollar un proceso eficaz de creación de nuevos productos turísticos. Implica imaginar diferentes posibilidades originales y creativas delante de una situación o un problema, y de plantear soluciones con valor.

CE08 - Utilizar las aplicaciones tecnológicas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales como base para la consecución de los fines de la estrategia empresarial.

CE10 - Implementar un sistema de innovación empresarial y utilizar las metodologías adecuadas a los diferentes contextos organizacionales. Implica el manejo de herramientas y metodologías de trabajo colaborativo en el ámbito del emprendimiento y la innovación en turismo.

CE14 - Comprender los principios de la ética empresarial, la Responsabilidad Social Corporativa y la sostenibilidad, siendo capaz de incorporarlos en la creación de productos y el desarrollo de proyectos turísticos.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Teoricopráctica online	10	0
Tutorías online	10	0
Realizar un trabajo individualmente	110	0
Buscar referencias sobre la disciplina	20	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES



Trabajo Escrito Online		
Aprendizaje basado en Problemas Online		
Manejo de Fuentes de Información Online		
Elaboración de Proyectos Online		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Orales Online	10.0	30.0
Instrumentos Basados en la Observación Online	5.0	30.0
Trabajos realizados por el estudiante online	50.0	70.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Barcelona	Otro personal docente con contrato laboral	43.8	50	50
Universidad de Barcelona	Profesor Titular	56.5	69.2	81,3
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
75	15	95
CODIGO	TASA	VALOR %
2	Tasa de Rendimiento	85

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

La EUHT CETT-UB dentro del marco del sistema interno de aseguramiento de la garantía de calidad de las titulaciones, tiene establecido en su Sistema Integrado de Calidad y Medioambiente el seguimiento de los resultados derivados del análisis de los indicadores de cada curso académico a través de tres acciones generales:

a) Resultados de aprendizaje

El Sistema de Calidad Integrado y Medioambiente del CETT (SIQMAC) recoge la forma de proceder para el seguimiento de las titulaciones universitarias en el procedimiento PE07 "Seguimiento del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje", a partir del cual se realiza el Informe de Seguimiento correspondiente con sus propuestas de mejora continuada y que son el primer elemento de referencia para la garantía de la consecución de estos resultados de aprendizaje.

Desde Ordenación Académica se recoge toda la información para facilitar el proceso del análisis de los datos sobre los resultados obtenidos en cada una de las titulaciones. Dicha información se comparte con los responsables de cada una de las titulaciones a fin de proceder a su análisis en cada una de las comisiones de seguimiento contempladas en la estructura del Centro.

Los informes de seguimiento incorporan además los resultados y análisis de indicadores de cada uno de los procesos y que permiten hacer seguimiento de las diferentes titulaciones hacia aspectos académicos relevantes, tales como el rendimiento académico de los estudiantes, satisfacción de los estudiantes, planificación y gestión docente, orientación de los estudiantes, etc.

Anualmente el Comité de Calidad del CETT hace una valoración del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes a partir de la información recogida en los informes de seguimiento correspondientes, considerando las estimaciones de los indicadores de rendimiento académico, tasa de abandono y de graduación, así como las acciones de mejora derivadas del seguimiento realizado.

b) Resultados de la inserción laboral

AQU Catalunya en colaboración con los Consejos Sociales de las universidades catalanas gestiona, con una periodicidad de 3 años, las encuestas de inserción laboral de los graduados del sistema universitario catalán. Una vez realizada la encuesta, AQU Catalunya remite los ficheros a la Universidad con dichos datos.

La Agencia de Políticas y Calidad de la UB, a su vez, remite estos datos a la Dirección del Centro.

La Dirección del Centro analiza los datos y los remite a los Servicios de Calidad y Medioambiente del CETT a fin de que sean incorporados en los informes de seguimiento correspondientes como elementos que forman parte de la valoración global de la formación impartida.

c) Resultados de satisfacción de los diferentes miembros de la comunidad universitaria del centro

En cuanto a los datos de satisfacción de los diferentes grupos de interés, el Centro a través del Servicio de Calidad y Medioambiente realiza encuestas de satisfacción de forma periódica y planificada, dirigidas a los grupos de interés concretos y los resultados son publicados y están disponibles en los Informes de Seguimiento de cada titulación.



De los resultados obtenidos en las diferentes encuestas, el responsable de cada titulación realiza un análisis de resultados que se trasladan para su debate a cada una de las Comisiones de Seguimiento de la Titulación a fin de considerar la implementación de acciones de mejora.

En esta línea cabe señalar que la propia Universidad de Barcelona ha iniciado el proceso de recogida de las opiniones de los estudiantes que han completado sus estudios de Grado a través de una encuesta. Para hacerlo, se utiliza un cuestionario consensuado con el resto de Universidades catalanas y con AQU Catalunya con el objetivo de que sea posible hacer una valoración conjunta de los resultados y establecer comparaciones, etc

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	https://www.cett.es/fitxers/campushtml/MiniWebs/121/SIAQC/MA01%20v.8%20SIQMAC0%20Manual%20SIQMAC.pdf
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2021
-----------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

Dado que esta formación no extingue ninguna otra titulación, este apartado no procede.

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
--------	------------------

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			Vicerrectora de Ordenación Académica y Calidad

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			Vicerrectora de Ordenación Académica y Calidad

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Apartado 11: Anexo 1.

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
			Vicerrectora de Ordenación Académica y Calidad



Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2_justificacion_alegaciones_MUDiLPT.pdf

HASH SHA1 :85E53D0A24C35BF4D246E01FD0A49623D7E48AA7

Código CSV :398899957423260820225407

Ver Fichero: 2_justificacion_alegaciones_MUDiLPT.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1. Sistemas de información previos.pdf

HASH SHA1 :89CFCFBA37D2AF617D7875FA51041BC9781154A0

Código CSV :332084748803180778055191

Ver Fichero: 4.1. Sistemas de información previos.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1. MUDiLPT Planificacion_Alegaciones_V11.pdf

HASH SHA1 :33DEAD6EA24DC1E29D02DDEC7161363B87FB0050

Código CSV :398757702006957447868271

Ver Fichero: 5.1. MUDiLPT Planificacion_Alegaciones_V11.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1.MUDiLPT Personal Academico _alegacions_V5.pdf

HASH SHA1 :6E05B49A3AC647E586F86478EEA9168DDDD7BEA5

Código CSV :398757692594312057229555

Ver Fichero: 6.1.MUDiLPT Personal Academico _alegacions_V5.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2. MUDiLPT Otros Recursos Humanos_V4.pdf

HASH SHA1 :1EF84A259670F6DD0FBC96FA12DC7986A7499B0F

Código CSV :380599205056766231264324

Ver Fichero: 6.2. MUDiLPT Otros Recursos Humanos_V4.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7_MUDiLPT_Recursos Materiales y Servicios_RUCT_V5.pdf

HASH SHA1 :7B0E701F82FBC112702DF3064CE4AC0CE09F15DD

Código CSV :379100845264613768893594

Ver Fichero: 7_MUDiLPT_Recursos Materiales y Servicios_RUCT_V5.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.1. MUDiLPT resultados academicos_alegaciones_V2.pdf

HASH SHA1 :8501679684D50277522BF42315CCF8B00E8FD3E3

Código CSV :398753047056895692494968

Ver Fichero: 8.1. MUDiLPT resultados academicos_alegaciones_V2.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10.1 MUDiLPT Calendario implantacion.pdf

HASH SHA1 :DBA7B226646EEC2C59BA1C2E586758E41C6FDAE2

Código CSV :373265894863929367142478

Ver Fichero: 10.1 MUDiLPT Calendario implantacion.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre :1_Delegació VR Ordenació Acadèmica i Qualitat per verifcaicó i modificació graus i màsters.pdf

HASH SHA1 :7EF1070A4B035F1B4E472120FC313010F0BCA82C

Código CSV :379195698250755233303027

Ver Fichero: 1_Delegació VR Ordenació Acadèmica i Qualitat per verifcaicó i modificació graus i màsters.pdf



